



**ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DO ESTORIL**

Mestrado em Turismo: Especialização em Gestão Estratégica de Eventos

**A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural  
de cidades de média dimensão**

**Study Case : Coimbra 2003, Capital da Cultura**

Ana Filipa Castelo Branco Albuquerque Matos

Orientação: Fernando Completo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Ana Filipa Castelo Branco Albuquerque Matos

**A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural  
de cidades de média dimensão**

Study Case: Coimbra 2003, capital da cultura

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos.

Orientação: Fernando Completo

Novembro 2014

## Dedicatória

Na presente dissertação de mestrado, vários foram aqueles que merecem um honroso e merecido agradecimento pela ajuda que disponibilizaram nesta fase da minha vida.

Em primeiro lugar, não poderia deixar de agradecer a todos os professores envolvidos na minha formação académica, que contribuíram para o desenvolvimento dos meus conhecimentos e da minha contínua aprendizagem, enquanto futura profissional na área do Turismo, e especialização em Gestão Estratégica de Eventos. Não obstante, gostaria de agradecer, especialmente, ao Professor Fernando Completo, que como orientador da minha dissertação, sempre me aconselhou e incentivou da melhor forma possível, com vista a alcançar os melhores resultados.

Em segundo lugar, gostaria de agradecer ao conjunto de pessoas que se disponibilizaram a participar, e por isso, responder ao inquérito realizado, pois sem todo o conjunto de participantes, seria de todo, impossível, realizar um dos métodos de observação que seleccionei para o meu projecto de investigação.

Em terceiro lugar, está reservado o meu agradecimento a todas as pessoas envolvidas nas entrevistas realizadas (que fazem parte do segundo método de observação seleccionado para o projecto de investigação), sendo também elas imprescindíveis para o desenvolvimento e culminar deste trabalho.

Por último, mas com igual importância com os restantes, quero agradecer o apoio da minha família, em especial, da minha mãe e do meu irmão, bem como de todos os meus amigos, que me apoiaram sempre nesta fase muito importante da minha vida pessoal e académica.

Todo o conjunto de pessoas que referi foi fundamental para o início, desenvolvimento e conclusão da minha investigação, quer pela ajuda académica, quer pela ajuda profissional, quer pela ajuda emocional.

Em suma, agradeço a todos pela ajuda, compreensão, ensinamentos e aprendizagem, que me foram dando ao longo desta etapa, que sem dúvida, foi muito importante na minha vida, encerrando assim um ciclo, o culminar do meu percurso académico, para já.

## **Resumo**

Este projecto de investigação vai focar a sua grande área nos megaeventos e o desenvolvimento turístico- cultural de cidades de média dimensão, demonstrando a ligação existente entre ambos e os benefícios que podem gerar com a sua junção. Esta área mais abrangente pretenderá abordar os eventos de grande notoriedade (nomeadamente o facto de a cidade de Coimbra ter sido nomeada capital da cultura em 2003) e os benefícios que estes geram (com o desenvolvimento turístico-cultural da cidade de Coimbra).

Neste contexto, também será estudado com maior detalhe a importância do turismo e da cultura em cidades de média dimensão (tendo como estudo de caso a cidade de Coimbra) assim como as novas tendências das cidades e indústrias criativas. A área específica do projecto dedica-se à análise do modelo de desenvolvimento turístico-cultural da cidade de Coimbra (desde a sua nomeação como Capital da Cultura em 2003 até aos dias de hoje), como já tinha sido referido anteriormente. Como tal, este tipo de análise pretende aferir mais pormenorizadamente o conjunto de recursos turísticos e culturais que foram criados e/ ou dinamizados desde o ano 2003 até aos dias de hoje, o impacto que tiveram e têm na cidade, na comunidade local e nos turistas que a visitam. Assim, numa fase final será possível concluir até que ponto o evento enumerado, foi de facto, importante e vantajoso para a cidade de Coimbra (no que diz respeito ao sector turístico e cultural).

Por fim, o estudo de caso analisa a vertente turístico-cultural da cidade de Coimbra pós ano 2003. Desta forma, será possível analisar toda a oferta turística e cultural que foi criada no ano 2003, e aquela que actualmente, existe.

Como instrumentos de investigação foram seleccionados os inquéritos por questionário junto da comunidade coimbrã, as entrevistas realizadas a algumas das entidades de referência na área do turismo e da cultura da cidade de Coimbra no ano de 2003 e no presente ano, estabelecendo uma comparação entre ambos os períodos; o levantamento de dados estatísticos das duas vertentes já referidas e por fim a análise de jornais referentes ao evento (pré, durante e pós).

Esta escolha da cidade de Coimbra justifica-se em primeiro lugar pela notoriedade, simbolismo e antiguidade da cidade e em segundo lugar pelo desenvolvimento turístico-cultural que se tem verificado nos últimos anos motivado, em parte, pela realização de eventos de grande notoriedade. Como tal, pensa-se que será a opção mais indicada e viável para o estudo e análise da temática do projecto de investigação.

Concluindo, o projecto pretende estudar e desenvolver a ligação existente entre os megaeventos e o desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média dimensão (cidade de Coimbra) pretendendo demonstrar as vantagens e as desvantagens destes, para posteriormente desenvolver um conjunto de ideias estratégicas que potenciem essas oportunidades e que combatam essas ameaças.

**Palavras-chave:** eventos, desenvolvimento, turismo e cultura.

### **Summary**

The present investigation project will focus primarily on large scale events and touristic and cultural development of medium size cities. We will show the existing relationship between both and the potential benefits of jointly conducting them. This broader area of investigation will look at very notorious events (particularly for the fact that Coimbra was named culture capital in 2003) and the benefits derived from them (touristic and cultural development of Coimbra).

Within this framework and having Coimbra as case study, we will analyze in greater detail the importance that tourism and culture have in medium size cities as well as the new tendencies of creative cities and industries. This specific project's area is dedicated to the analysis of the touristic and cultural development model of Coimbra (since its nomination as culture capital in 2003 until now), as previously stated. As such, it is intended to ascertain in detail which touristic and cultural resources were created and/or streamlined since 2003 until nowadays, their impact on the city and local community as well as in the tourist that visit. Therefore, at the end of the project it will be possible to reach a conclusion on the extension and importance of the referred event in Coimbra (in the touristic and cultural sector).

Finally, this case study will look into Coimbra's touristic and cultural dimension after 2003, enabling us to check which touristic and cultural offer was there in 2003 and the one that nowadays exists. As investigation tools, we performed a selection of questionnaires filled in by Coimbra's community, conducted interviews to some of the city's leading entities in the tourist and culture sectors in 2003 and in the present year (establishing a comparison between both periods of time), assembled statistical data of both tourism and culture and analysed newspapers concerning the event (before, during and after it).

The choosing of the city of Coimbra is justified not only by its notoriety, symbolism and antiquity but also for the touristic and cultural development that has been taking place in recent years, mostly by the organization of events of big notoriety. In light of these reasons, we think this is the most indicated and viable case study option for the present project.

By way of conclusion, this project's goal is to study and develop the existing connection between large scale events and touristic and cultural development of medium size cities. We seek to demonstrate its advantages and disadvantages so that we are capable of developing an analysis model that is able to potentiate the opportunities and to oppose the threats that might occur.

**Key words:** events, development, tourism and culture.

## **Glossário**

**AAC** - Associação Académica de Coimbra

**CCB** - Centro Cultural de Belém

**CCDR** - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

**CCDRC** - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento do Centro

**CCR** - Comissão de Coordenação Regional

**CI** - Centro de Informática

**CMC** - Câmara Municipal de Coimbra

**DG** - Direcção Geral

**GE:** Grupo Ecológico

**HUC** - Hospitais da Universidade de Coimbra

**INE** - Instituto Nacional de Estatística

**OMT** - Organização Mundial de Turismo

**PENT** - Plano Estratégico Nacional de Turismo

**PIB** - Produto Interno Bruto

**RUC:** Rádio Universidade de Coimbra

**SAC:** Secção de Astronomia, Astrofísica e Astronáutica

**SESLA:** Secção de Escrita e Leitura

**TAGV** - Teatro Académico Gil Vicente

**UC** - Universidade de Coimbra

## ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
ÍNDICE DE TABELAS.....	9
INTRODUÇÃO	
Preâmbulo/ Temática.....	10
Problemática da Investigação.....	11
Objectivos da Investigação.....	12
Metodologia da Investigação.....	14

## PARTE 1: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### Capítulo 1: EVENTOS

1.1. ) Conceito de Evento.....	17
1.2.) Tipos de eventos.....	18
1.3.) Importância e contribuição dos eventos no desenvolvimento económico de um local.....	20
1.4.) Relação existente entre eventos-cultura-turismo.....	21
1.4.1.) O que esperar da simbiose destas 3 áreas no futuro?.....	24
1.5.)A importância dos eventos no desenvolvimento e globalização da cultura.....	25
1.6.) Exemplo da cidade do Porto: capital europeia da cultura.....	26
1.7.) Papel dos Intermediários Culturais e dos Eventos na Cultura Urbana: breve caracterização.....	28

### Capítulo 2: TURISMO E CULTURA

2.1.)Turismo e Cultura.....	29
2.1.2. Várias caracterizações do Turismo Cultural.....	29
2.1.3.) Tipos de oferta do Turismo Cultural .....	30
2.1.4. )Tipos de procura do Turismo Cultural.....	31
2.1.5. )Turismo Cultural como forma de produção de cultura.....	32
2.2.) Novas tendências do sector turístico ( breve caracterização).....	33

### Capítulo 3: AS CIDADES

3.1.)Breves caracterizações da cidade.....	34
3.1.1.) Modos de vida nas cidades.....	36
3.2.)Cidades culturais / turísticas: novas tendências futuras?.....	38
3.2.1.)Cidades criativas.....	38

3.2.2). A importância do turismo nas cidades criativas.....	40
3.3. )A cidade e o turismo: interligações que lhes estão associadas.....	41
3.4.) O turismo como via de engrandecimento das cidades.....	43
3.5. )Cultura: o seu papel nas cidades.....	44
3.5.1. )Importância de desenvolvimento de projectos culturais para a regeneração urbana.....	44
3.6). Indústrias Culturais nas cidades: que futuro podem ter?.....	46
3.7.)Políticas Culturais nas cidades: alguns pontos de vista.....	47

## PARTE II: ESTUDO DE CASO: COIMBRA 2003, CAPITAL DA CULTURA

### Capítulo 4: COIMBRA: BREVE CARATERIZAÇÃO

4.1.) Coimbra: a cidade dos estudantes.....	51
4.2.) Breve caracterização da população e território urbano da cidade de Coimbra.....	52
4.2.1.) Caracterização económica da cidade.....	53
4.2.2.) Fluxos turísticos na cidade de Coimbra: breves considerações.....	55
4.2.3.) Diagnóstico da situação turística actual.....	56
4.2.4.) Possíveis mudanças no paradigma turístico actual.....	57
4.3.)Evento: Coimbra 2003, capital da cultura: pré, durante e pós evento.....	58
4.3.1.) Caracterização da cidade da cultura: pré-evento.....	58
4.3.2.) Principais iniciativas turístico-culturais realizadas no ano 2003.....	59
4.3.4.) Algumas considerações pós-evento: “ Coimbra 2003, e depois da festa?”.....	66

### Capítulo 5: MODELO DE ANÁLISE

5.1.) Modelo de análise.....	68
5.2.) Questões de investigação.....	69
5.3.) Definição da Amostra e caracterização do universo.....	70
5.4.) Métodos de Observação.....	71
5.4.1.) Método de elaboração do inquérito.....	72
5.4.2.) Estrutura do inquérito.....	74
5.5.) Análise de Dados Estatísticos.....	79
5.5.1.) Análise da Evolução do Turismo na cidade de Coimbra.....	79
5.6.) Análise da Evolução do Turismo na cidade de Coimbra.....	80
5.7. ) Reflexão Global dos Resultados.....	85
5.8.) Método de Análise : entrevistas.....	87
5.9.) Análise dos inquéritos realizados .....	91



## **Capítulo 6: Conclusões**

6.1.) Conclusão da contextualização teórica.....	97
6.2.) Conclusão da contextualização empírica.....	97
6.3.) Limitações de estudo.....	98
6.4.) Bibliografia.....	100
6.5.) Anexos.....	108

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Etapas do processo de investigação

## **ÍNDICE DE TABELAS**

Tabela 1: Cronograma de acções

Tabela 2: Etapas do processo de Investigação Quivy

Tabela 3: Número de estabelecimentos hoteleiros entre 2006 e 2010

Tabela 4: Indicadores de turismo das várias regiões do país referentes a 2011

Tabela 5: Potencialidades turísticas da cidade de Coimbra

Tabela 6: Constrangimentos

Tabela 7: Processo de elaboração de um modelo de análise

Tabela 8: Estrutura de um inquérito

Tabela 9: Pontos fortes e fracos da evolução turístico-cultural da cidade de Coimbra

## **INTRODUÇÃO**

### **Preâmbulo / Temática**

Este projecto de investigação vai focar a sua grande área nos eventos realizados em cidades de média dimensão, demonstrando a forte ligação existente entre ambos, mostrando ser uma temática interessante e exequível a desenvolver.

Esta área mais abrangente pretenderá abordar os eventos e a sua importância com o turismo e a cultura de uma cidade. Neste contexto, estes devem ser organizados e realizados de acordo com as suas necessidades e desejos.

Para além disso, quando são incorporados numa cidade com grande potencial turístico-cultural, trazem inúmeros benefícios consigo e especialmente, no que diz respeito, à imagem e notoriedade da cidade que os acolhe.

A área específica do projecto dedica-se ao turismo cultural, e ao estudo mais aprofundado das cidades (neste caso cidades criativas, na qual se incluem as indústrias culturais / criativas). Em primeiro lugar, destaca-se o turismo e a cultura pela importante simbiose que ambos podem criar numa cidade, como fonte de desenvolvimento socioeconómico, cultural e turístico. Em segundo lugar, analisa-se a cidade, em outra perspectiva, como cidade criativa, indústria de produção cultural, que se pensa ser cada vez mais uma tendência futura relevante no âmbito urbanístico.

Como tal, pensa-se que os eventos se definem como uma importante estratégia de desenvolvimento turístico-cultural, quando inseridos, numa determinada cidade, neste caso Coimbra, cidade que possui inúmeras potencialidades nestas vertentes e que necessitam de ser potenciadas e desenvolvidas.

Por fim, o estudo de caso analisa o evento “Coimbra 2003, Capital da Cultura”. Tendo em conta a importância e notoriedade subjacente a este mesmo evento na cidade, pensa-se que será um óptimo exemplo de análise para chegar às conclusões que se pretende, podendo assim responder adequadamente à pergunta de partida. Sabendo que foram feitos vários elogios, mas também bastantes críticas, a todo este evento, será extremamente interessante analisar todos esses aspectos, e verificar até que ponto são credíveis e verdadeiros.

Como já foi referido, esta escolha deve-se à visibilidade, credibilidade e notoriedade, que o evento deu à cidade, no ano 2003, permitindo que esta pudesse desenvolver a sua oferta cultural e consecutivamente a sua procura. Sendo um evento marcante na história da cidade de Coimbra, e de todo o seu desenvolvimento cultural e turístico, enquanto cidade de referência, pensa-se que será a opção mais indicada e viável para o estudo e análise da temática do projecto de investigação.

Concluindo, a dissertação pretende estudar e desenvolver projectos como o evento estudado,

potencializando, os seus pontos fortes, e combatendo as suas principais lacunas, pretendendo reforçar a realização de eventos, e com isso, a sua credibilidade e visibilidade, no mercado turístico e cultural das cidades.

### **Problemática de Investigação**

Inicia-se a problemática de investigação com a pergunta de partida que se considera ser um elemento muito importante para a estruturação e desenvolvimento do projecto.

Como tal, esta define-se: “ De que forma os eventos são importantes no desenvolvimento turístico-cultural das cidades?”.

Todo o projecto que será desenvolvido pretende desmistificar e responder de forma adequada e concisa à pergunta de partida.

Neste contexto, pretende-se analisar três vertentes e a sua respectiva evolução:

**Socioeconómica:** nesta vertente é muito importante perceber o crescimento que o turismo de eventos tem registado em todo o país, nomeadamente, na cidade de Coimbra. Neste contexto, irá analisar-se o evento “ Coimbra 2003, Capital da Cultura”, devido à grande visibilidade e reconhecimento que deu a Coimbra, sendo referido o período pós-evento, os seus benefícios e principais lacunas, sob o ponto de vista social e económico.

**Cultural:** frisando a importância que os eventos exercem no âmbito cultural de uma cidade, esta investigação pretende verificar o que este evento alterou na cidade, a nível cultural, registando a sua tendência evolutiva na última década. Também se procederá à realização de um inquérito por questionário à comunidade coimbrã, que visa avaliar a sua participação e satisfação em actividades culturais realizadas na cidade em períodos de tempo distintos, assim como a evolução da cultura na mesma. Por fim, serão realizadas entrevistas a algumas das entidades mais importantes, a nível cultural, na cidade.

**Turística:** com base na análise estatística de dados referentes ao turismo (última década), pretende-se aferir a sua tendência evolutiva, desde o ano 2003, em que Coimbra foi capital da cultura até agora. Para além disto, será realizada uma entrevista à entidade Turismo do Centro para compreender melhor o seu funcionamento e actuação da vertente turística, na cidade de Coimbra. Estas entrevistas serão realizadas a um dos responsáveis da entidade descrita, sendo que, serão analisados dois períodos distintos: o ano 2003 e o ano 2014.

### **Objectivos da investigação**

- Aferir as motivações do segmento Turismo de Eventos bem como do Turismo Cultural;
- Analisar o conjunto de benefícios que os eventos exercem no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média dimensão através da análise estatística de dados;
- Análise de jornais que possuam informações importantes para o estudo de caso; da realização de inquéritos por questionário e de entrevistas junto de algumas entidades de referência na área;
- Conhecer melhor a importância das indústrias criativas / culturais para o desenvolvimento futuro das cidades;
- Analisar o evento “ Coimbra 2003, Capital da Cultura”, os seus principais benefícios e lacunas bem como tudo o que foi feito antes, durante e depois do evento;
- Demonstrar, através de toda a investigação, a importância que os eventos exercem no desenvolvimento turístico-cultural de cidades, redefinindo estratégias que poderão ser utilizadas em eventos futuros, no mesmo âmbito.

**CRONOGRAMA DE ACÇÕES**

<b>Tarefa</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>
Consulta bibliográfica da temática										
Entrevistas exploratórias										
Delineação do conjunto de ideias definitivas do projecto										
Análise do estudo de caso: cidade de Coimbra										
Realização de entrevistas junto de entidades turísticas e culturais da cidade de Coimbra										
Realização de inquéritos à comunidade local										
Análise, avaliação e conclusões dos inquéritos realizados										
Realização de todas as considerações finais do projecto										
Revisão e finalização do projecto de dissertação										
Entrega da dissertação										

Tabela 1

Fonte: Manual de Investigação em Ciências Sociais (1992)

## **Metodologia de investigação**

A elaboração da metodologia desta dissertação tem como base as etapas do procedimento de investigação científica propostas por Quivy (1992), no qual se destacam 7 etapas fundamentais. A primeira etapa é constituída pela formulação da pergunta de partida que se revela como um dos elementos fundamentais para o começo de todo o processo de investigação. Sendo assim, procurará dar-se resposta à seguinte questão: De que forma os eventos são importantes no desenvolvimento turístico-cultural de cidades? Por conseguinte, após a conclusão da primeira etapa segue-se a fase de exploração na qual se incluem as leituras e as entrevistas exploratórias. As leituras são um enorme complemento aos conhecimentos já existentes sobre a temática definida.

Não obstante, a consulta bibliográfica será complementada com entrevistas e conversas informais junto de entidades e pessoas ligadas à área de estudo em questão, sendo ambas extremamente importantes para um melhor conhecimento e compreensão da realidade existente no ramo do Turismo e da Cultura.

Na terceira etapa surgirá a problemática da investigação que deverá ser aprofundada para posteriormente responder à pergunta de partida que iniciou todo o processo de investigação. Ainda nesta etapa, deverá seleccionar-se um conjunto de ideias definitivas que serão parte integrante das linhas de investigação.

Na etapa seguinte, elaborar-se-á um modelo de análise que terá como base a relação estabelecida entre os conceitos adquiridos e as hipóteses existentes. Para finalizar esta etapa, deverão seleccionar-se as principais dimensões da investigação e os vários indicadores a desenvolver.

Na quinta etapa, irão escolher-se os instrumentos de observação mais adequados à temática desenvolvida sendo os inquéritos por questionário, as entrevistas, o levantamento de dados estatísticos e a consulta de jornais importantes para o desenvolvimento da dissertação.

Com a elaboração de inquéritos pretenderá aferir-se o nível de participação e satisfação da comunidade coimbrã sobre o estudo de caso (evento Coimbra 2003, capital da cultura), e com isso, a tendência evolutiva da cultura, na cidade. As entrevistas consistem num conhecimento mais aprofundado das principais entidades responsáveis pelo área do turismo e da cultura na cidade, pretendendo assim, saber as suas funções, acções desenvolvidas, entre outros aspectos importantes. Não obstante, essas mesmas entrevistas serão realizadas com o intuito de analisar dois períodos diferentes: o ano 2003 e o ano 2014, para se poder estabelecer uma comparação sobre essas mesmas funções, nos dois períodos distintos.

O levantamento de dados estatísticos, tal como o nome indica, tem como objectivo, fazer uma análise sobre os resultados obtidos, no que diz respeito à cultura e ao turismo na cidade de

Coimbra, no período de tempo compreendido entre 2003 e 2013. Assim, poderá perceber-se a evolução destas duas áreas, sendo fundamental para a conclusão do projecto de investigação.

Por fim, a análise de jornais, tem o intuito de conhecer melhor o que foi feito antes, durante e depois do evento Coimbra 2003, Capital da Cultura, tendo assim acesso, ao conjunto de actividades planeadas para o evento analisado, bem como, as que realmente foram realizadas, e por fim, todas as consequências (positivas e negativas) dessas mesmas actividades e acções.

Na sexta fase, já se encontra reunido um conjunto de informação que permite responder adequadamente à pergunta de partida. Ainda neste contexto, é possível estabelecer uma comparação entre os resultados que se pretendiam obter inicialmente e os resultados finais. Também é nesta fase, que se procede à análise de todos os dados, quer os teóricos, quer das entrevistas realizadas e dos inquéritos feitos.

Na sétima e última fase, tecem-se as considerações finais tendo como base os conhecimentos adquiridos ao longo da investigação.

### **Etapas do Processo de Investigação**

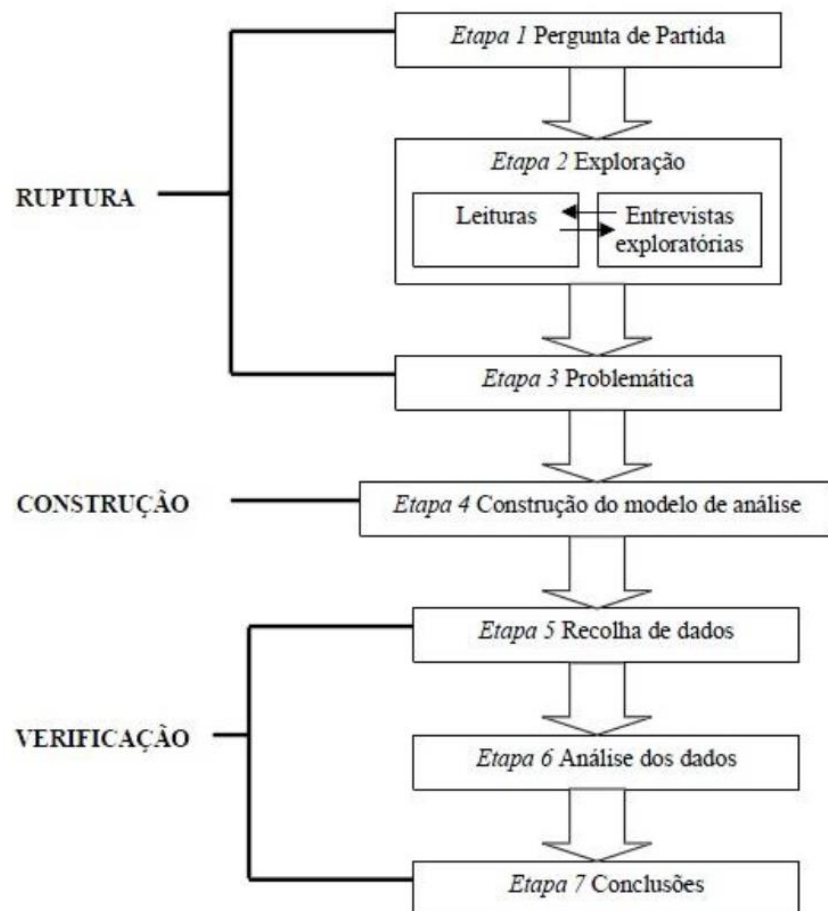


Tabela 2: Etapas do processo de investigação Quivy

Fonte: Manual de Investigação em Ciências Sociais (1992)

**PARTE I: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**



## **Capítulo 1: EVENTOS**

### **1.1) Conceito de Evento**

Os eventos são factores que caracterizam e identificam a cidade em que se realizam na medida em que podem ser inseridos no conjunto de estratégias de desenvolvimento turístico-cultural de uma determinada cidade.

Portanto, para se entender os eventos como sendo um factor de desenvolvimento de um local urbano, é importante iniciar a sua análise por uma breve caraterização destes, prosseguindo com a sua definição.

Como tal, um evento é:

Uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e / ou entidades realizada em data e local especial, com objectivo de celebrar acontecimentos importantes (...) e estabelecer contactos de natureza comercial, cultural, social, religiosa, etc. (Zanella, 2008, p.1).

Um dos objectivos principais do evento é provocar emoções fortes quer seja para os participantes como para os organizadores, ou seja, todos aqueles que estão envolvidos nesse projecto e que convivem com esse turbilhão de actividades que envolvem a organização de um evento (Zanella, 2008).

Conjuntamente com as várias emoções que desperta, o evento também tem como finalidade a criação de “ impacto” perante os participantes devendo ser considerado razão de notícia. De acordo com Rasquilha. et al. (2009, p.13), “ o evento deve (...) causar impacto, valendo-se da criatividade não só durante a sua realização como antes, através de uma promoção e divulgação adequadas”. Ou seja, qualquer evento tem como objectivo ser bem-sucedido para que após o seu término possa ser recordado por todos aqueles que o presenciaram.

No entanto, a sua boa ou má realização não se reflecte apenas nos participantes mas também na própria cidade que o acolhe e que irá ficar marcada e conhecida como palco de um evento de sucesso ou de fracasso. (Rasquilha. et al., 2009).

Relativamente aos recursos humanos do evento, estes estão divididos pelos organizadores e pelos participantes sendo que os primeiros devem ter capacidade de trabalho, iniciativa, criatividade, competência e capacidade de obter resultados, enquanto os participantes devem saber integrar-se e consolidar vínculos e relações de aspecto profissional e pessoal (Rasquilha, 2009).

Para além dos membros gerais que constituem um evento, estes também podem significar “ variedade e excelência de cardápios, ambiente requintados, conforto de instalações e, em especial descontração física e mental e momentos de pausa e reflexão em torno dos temas “ (Zanella, 2008, p.1).

Como tal, segundo Zanella (2008, p.1), “ o evento desperta e estimula os sentimentos do coração, da mente e do apetite”. Portanto, o coração desperta o desejo de participar e experienciar novos acontecimentos assim como conhecer novas pessoas e lugares; a mente capta e memoriza a cultura, tecnologia, lazer e por último o apetite pronuncia tentações gastronómicas conjugadas com a libertação de hábitos reprimidos ( Zanella, 2008, pg.1).. Por conseguinte, para se organizar um evento viável e eficiente é imprescindível conciliar a arte com a competência para conseguir compreender todos os anseios referidos com a prestação de serviços variados e com qualidade superando assim, as expectativas dos participantes (Zanella, 2008).

Por outro lado, segundo Rasquilha et al. (2009), os eventos podem surgir no centro de três áreas distintas, sendo que cada uma está interligada com a outra: O Turismo de Eventos onde se incluem as viagens, a hospedagem, os hotéis, o consumo em restaurantes ou bares; o Comércio de Eventos que compreende a venda de bilhetes ou o merchandising dos eventos e a indústria de entretenimento. Por consequência, o evento tem um enorme valor económico em tudo aquilo que atua: receitas provenientes do turismo, comércio e entretenimento, investimentos em promoção, produção de merchandising, obras, empregados, entre outros.

Por outro lado, após ter sido apresentado o conceito de evento, importa ainda distinguir dois tipos de eventos: os grandes que automaticamente são associados a acontecimentos de impacto mundial e que atraem milhões de pessoas tendo como patrocinadores as melhores empresas do mundo, enquanto os pequenos eventos provocam um impacto mais restrito e têm um custo mais baixo sendo suportados por empresas locais, hotéis ou lojas comerciais (Rasquilha. Et al, 2009). Assim, um evento deve ser organizado de forma a gerar benefícios para todos aqueles que participam directamente ou indirectamente nele, desde os patrocinadores, à cidade escolhida, ao comércio local e à comunidade, sendo que o seu valor económico é directamente proporcional à sua dimensão (Rasquilha et al., 2009).

## **1.2.) Tipos de Eventos**

Segundo Rasquilha. et al (2009, p.17), “ nunca os eventos foram tão populares entre nós, não só em diversidade como em quantidade, independentemente da sua dimensão, dos produtos ou serviços que comercializam ou da verba disponível “.

No entanto, para a sua qualidade é muito importante a selecção de uma boa estratégia de comunicação da empresa, tendo esta que possuir coerência para que a imagem se possa manter quando a comunicação é transferida pelos diversos meios.

Como tal, os eventos podem ser classificados de acordo com vários critérios tais como a sua finalidade, periodicidade, área de abrangência, âmbito, público-alvo, entre outros (Rasquilha et al, 2009).

Em primeiro lugar, quanto à finalidade os eventos podem ser institucionais ou promocionais

sendo os primeiros caracterizados por desenvolver, manter e aperfeiçoar a imagem da empresa e os segundos têm como objectivo a venda de produtos. Em segundo lugar, os eventos podem ser esporádicos, periódicos ou de oportunidade. Os esporádicos realizam-se sem periodicidade definida, enquanto os periódicos têm uma periodicidade definida (realizam-se uma vez por mês ou por ano), ou então de oportunidade sendo desenvolvidos com carácter externo à empresa. O evento em análise, devido às características enunciadas anteriormente, é esporádico (Rasquilha et al, 2009).

Em terceiro lugar, os eventos podem ser realizados localmente, regionalmente, nacionalmente e internacionalmente, no que diz respeito à sua área de abrangência. Em quarto lugar quanto à zona onde actuam, os eventos podem ser considerados internos quando se realizam dentro da empresa ou externos se se realizam fora da empresa. Por último, em relação ao público-alvo os eventos dividem-se em corporativos realizados para o público interno da empresa ou eventos para o consumidor quando são voltados para o consumidor final da empresa. O evento em análise é para o consumidor final, neste caso para o seu público-alvo. (Rasquilha. et al., 2009).

Não obstante, ainda podemos ter mais classificações dos eventos, em mais áreas e especificidades. Segundo Rasquilha et al., (2009,pg.13), estes podem dividir-se em eventos com fins lucrativos quando "têm por objectivo gerar receitas", e sem fins lucrativos quando não têm como objectivo nenhum intuito económico. Assim, podem ter vários objectivos, entre eles, a vertente cultural no qual divulgam e valorizam todos os recursos culturais do local onde se inserem (quer seja cidade, região, país); comercial onde promovem os bens ou produtos de uma determinada entidade; institucionais onde transmitem informações importantes sobre a entidade à qual estão associados; sociais que estão ligados à convivência e entretenimento social; educativos que se associam como o nome indica a educar ou ensinar conhecimentos numa determinada área; políticos se divulgam determinada informação relacionada com a política; desportivos se se caracterizam pela prática desportiva na população em que se inserem e por fim os recreativos que têm o papel de promoverem o convívio e entretenimento entre a comunidade em que se inserem com vista ao divertimento e bem-estar dessa comunidade (Rasquilha et al., 2009).

Por outro lado, analisando os eventos de uma forma mais ampla, estes podem ser classificados como “ comerciais, políticos, sociais, esportivos, gastronómicos, culturais, técnicos, turísticos “ (Zanella, 2008, p. 3).

Numa análise mais pormenorizada, os eventos comerciais constituem as convenções, workshops, leilões, feiras, exposições, encontros, reuniões, entre outros, enquanto os eventos culturais englobam os congressos, seminários, conferências, palestras e fórum. Quanto aos eventos sociais, pode-se considerar os bailes, casamentos, formaturas, aniversários, sendo os eventos artísticos / culturais caracterizados pelos festivais, concertos e exposições. Ainda se pode inserir nas modalidades de eventos os gastronómicos que incluem os banquetes e festivais,

os desportivos que se definem pelas competições e excursões; os políticos no qual se inserem os debates, reuniões, palestras e convenções; os históricos onde se incluem os aniversários, as inaugurações e comemorações; os religiosos definidos pelas festas e cerimónias e por último os científicos ou técnicos como os congressos, seminários e palestras (Zanella, 2008).

Resumidamente, entre as principais características de um evento destaca-se ser um "acontecimento com um início e fim definidos", sendo desenvolvido num determinado local, tendo um determinado objectivo e sendo desenvolvido para um determinado grupo de pessoas (de acordo com Rasquilha et al., 2009, pg.1).

Portanto, de uma forma geral, os eventos não são mais do que "um conjunto de atividades com o objectivo de atrair, informar, disseminar, motivar e despertar o interesse de um segmento de público para um determinado produto, instituição, assunto ou serviço" (Rodrigues, 2012, pg. 43).

### **1.3.) Importância e contribuição dos eventos no desenvolvimento económico de um local**

Como é do conhecimento geral, actualmente os eventos vão muito para além da oferta do lazer e do entretenimento na medida em que exercem uma grande influência no local onde se sediam assim como para a economia desse mesmo local. Como tal segundo Zanini e Faria (2007, p.1), “um evento pode ser considerado um mix de actividades e serviços, com diversos factores que promovem a prática da actividade turística e podem alavancar a economia numa cidade”. Na verdade, os eventos envolvem inúmeros sectores e respectivas actividades envolventes constituindo uma valiosa fonte de desenvolvimento económico e social ao país e à cidade que os sedia. Assim sendo, “os eventos são incontestavelmente, o maior e o melhor meio de desenvolvimento nacional, do fomento da economia e da geração de empregos” (Brito e Fontes, 2002, citado por Oliveira e Januário (2007, p.55).

Reforçando a ideia anteriormente referida, pode-se concluir que de acordo com Matias (2002), citado por Zanini e Faria (2003, p.2): Um evento representa um grande estímulo para a economia de um município, uma vez que envolve uma grande movimentação nos mais diversos sectores da economia, ocasionando um aumento geral na arrecadação das receitas, número de empregos (...), além de criar novas oportunidades para a população local, redistribuindo a renda individual, local e regional.

Portanto, um evento que seja bem planeado e estruturado, que defina o seu principal público-alvo, que selecione um local estratégico para a sua realização, que possua uma boa comunicação e que utilize uma adequada estratégia de marketing garante a conquista de inúmeros participantes que de uma maneira geral são a sua principal fonte de rendimento (Zanini e Faria, 2003).

No entanto, além da sua importância para o desenvolvimento turístico de um local, os eventos apresentam outras particularidades relacionadas com o ambiente socioeconómico em que se

apresentam tais como: em primeiro lugar, alguns eventos respeitam rigorosamente a programação que têm durante todo o ano, mesmo quando são afectados por circunstâncias negativas; em segundo lugar de acordo com Zanella (2008, p.2), “ os eventos colaboram para assegurar a estabilidade da actividade económica, pois (...) utilizam a mão-de-obra de menor qualificação que não é afectada por mudanças tecnológicas a curto prazo”. Ainda acrescenta que os eventos estimulam o lançamento de novos produtos com a realização de feiras e workshops no qual se aplicam técnicas especiais de marketing.

A realização de eventos também aumenta a taxa de ocupação e consequentemente as receitas das empresas de transporte e hotéis nos períodos de época baixa promovendo toda a actividade económica em geral.

Ainda segundo Zanella (2008, p.4), os eventos “ estimulam iniciativas e investimentos para a instalação e construção de centros de eventos, convenções e negócios”, além da influência que exercem sobre as actividades secundárias que estão também associadas ao evento tais como transportes, áreas de alimentação, lazer, serviços de montagem, desmontagem, produção de artigos promocionais e brindes.

Concluindo, os eventos constituem uma estratégica ferramenta de desenvolvimento económico de uma localidade divulgando a sua imagem e a das entidades e empresas envolvidas. Como tal, proporcionam a geração de empregos dinamizando as actividades e mão-de-obra local podendo ser realizados em qualquer altura do ano (contrariando a sazonalidade da procura turística). No geral, contribuem para a melhoria de todos os serviços e o local que os acolhe beneficiando toda a comunidade.

#### **1.4.)Relação existente entre Eventos, Cultura e Turismo**

Nas últimas décadas tem-se assistido a um progressivo aumento do sector cultural e turístico em Portugal. Neste contexto, esse crescimento pode ser explicado pelo uso de um conjunto de intermediários culturais que actuam na difusão da cultura bem como de um aumento das entidades turísticas na cidade. (Ferreira,2001).

Por conseguinte, a intermediação cultural tem sido equacionada em duas vertentes: a primeira com a realização de eventos de grande prestígio como a Expo 98 e as cidades europeias da cultura e a dinamização de instituições culturais já existentes (como o CCB ou a Fundação de Serralves), e a segunda pelo aumento da oferta cultural, que potencia assim o desenvolvimento de actividades associadas à cultura (a sua organização, gestão e difusão), culminando com um aumento da mesma no mercado português. (Ferreira, 2002).

Como tal, os agentes e intermediários culturais têm vindo a ganhar um maior destaque, pelo papel que desempenham na esfera cultural e em outros mundos sociais.

Assim, de acordo com Ferreira (2002,p.2.), a proeminência que a cultura tem vindo a ocupar na

organização da vida e os espaços urbanos, seja pela via das políticas de planeamento e de intervenção urbanística, seja pela via da extensão da oferta cultural e do seu papel na modelação dos estilos de vida das populações, reflecte (...), transformações sensíveis nos modos de estruturação e de representação da vida urbana e do espaço público nas cidades.

Por consequência, com base no que foi referido anteriormente, os agentes e intermediários culturais têm um papel fundamental no trabalho cultural desenvolvido num espaço urbano sendo responsáveis por um conjunto de acções que desenvolvem o local a nível cultural (quer seja pela criação de infra-estruturas ou pela difusão e dinamização da cultura).

Em Portugal, apesar das limitações de âmbito profissional e de actividades culturais e artísticas, há vários indicadores que mostram uma evolução positiva e gradual no crescimento da oferta cultural bem como nas actividades que lhes estão associadas (Ferreira, 2002).

Para além disso, o aumento da notoriedade de alguns intermediários culturais (que têm realizado grandes projectos) tem contribuído bastante para esta tendência. Inseridos nos grandes projectos referidos destaca-se a realização de grandes eventos, a dinamização de instituições culturais já existentes, a criação de projectos de requalificação urbanístico-cultural e consecutivamente um aumento da oferta cultural (Ferreira, 2002).

Assim, de acordo com Ferreira (2002), existem três grandes factores que contribuem para a importância do papel desempenhado pelos intermediários culturais.

Em primeiro lugar destaca-se "a crescente mercantilização do sector cultural"( Ferreira, 2002,p.87), isto é, a oferta cultural deve ser inserida e desenvolvida de acordo com as tendências do mercado e do espaço em que se inserem.

Em segundo lugar, o " surto de grandes projectos culturais que se verificou nas décadas de 1980 e 1990 " (Ferreira, 2002, p.87), como por exemplo as capitais europeias da cultura (Lisboa em 1994 e Porto em 2011), e as instituições como Serralves e o CCB.

Em terceiro lugar e por último, " o papel das autarquias na estruturação da oferta da cultura" (Ferreira, 2002, p.87.), que demonstra um aumento das responsabilidades na integração da cultura na esfera política.

Concluindo, nas últimas décadas, vários foram os projectos desenvolvidos de incentivo e difusão cultural: desde pequenos a grandes eventos, a criação e / ou reestruturação de equipamentos culturais, revitalização de centros históricos, uso do património e do turismo na esfera cultural, entre outros. Todos têm contribuído para um aumento da intermediação cultural e consequentemente da oferta e procura cultural em Portugal.

No entanto, além da relação existente entre os eventos e a cultura, também estes têm um importante papel no sector do turismo. Todas as sociedades modernas têm e devem estar preparadas para reagir a mudanças: mudanças na natureza e no ato de viajar e de se deslocar.

Recuando um pouco na história, no século XXI, assistiu-se a um desenvolvimento da mobilidade e a viagens com um planeamento muito mais arrojado, competitivo e organizado,

representando grandes vitórias do capitalismo ocidental nesse período (Gomes, 2012).

É então, precisamente neste século, que o turismo surge com um papel fundamental. Além do seu crescimento exponencial nas sociedades ocidentais, destacou-se cada vez mais o seu efeito multiplicador pois alimenta outras actividades económicas, constituindo um factor importante de desenvolvimento económico de muitas regiões de destino. Além disso, tem ainda um enorme destaque no papel fundamental que tem exercido na reorganização dos territórios, no ordenamento e planeamento dos espaços, na relação que estabelece com os agentes locais e a comunidade, e a relação destes com os turistas (Gomes, 2012).

Actualmente, o turismo pode ser considerado como uma das principais actividades na sociedade moderna, sendo um objecto rico para qualquer investigação (Gomes, 2008). Assim, segundo Goeldner et al. (2002, pg.1.), o turismo define-se como " a soma dos fenómenos e relações resultantes da interacção entre turistas, empresários do sector, autoridades locais e comunidades de acolhimento onde o turista é o individuo que viaja por razões extra trabalho".

Pérez (2009,p.4),acrescenta, " o Turismo é uma actividade complexa e mutável, multifacetada e multidimensional que não deve ser reduzida exclusivamente a negócio, actividade industrial, marketing ou gestão de produtos". Assim, o turismo é uma actividade social e cultural que pode ser entendida com vários sentidos e interpretações: o turismo envolve uma vertente económica na medida em que é uma empresa de serviços e que gera empregos; uma vertente geográfica pois promove a deslocação de pessoas de um lugar para o outro; uma vertente social que promove a interacção de diferentes pessoas, comunidades com turistas e por fim ecológica pois acaba sempre por afectar de maneira positiva ou negativa o meio ambiente (Pérez, 2009). Assim, podemos afirmar que o " turismo é uma actividade consumidora de culturas" (Santana, 2003), citado por Pérez (2009,p.5), no qual o turista é " um tipo de nómada" (Urbain, 1993), citado por Pérez (2009,p.5).

De acordo com Jack e Philipps (2005, p.1), tourism matters because it provides lots of energy for relationships with everyday life. It invites us to engage in exchanges of life with others, and to remind, us thereby of its most precious and vulnerable people who are not us. Ainda acrescentam, que "the tourism involves work with things and work with feelings, and work with perceptions that claim us through touristic encounter. It involves a labour to reinvent and reroutinise everyday life". Assim, o turismo tem o poder de ensinar a cada um de nós uma lição sobre uma forma de viver e estar diferente na vida.

Por conseguinte, como foi possível patentear pelas informações ditas anteriormente acerca da actividade turística, pode-se perceber, que este propicia um forte crescimento e desenvolvimento nos locais onde predomina. Sendo uma actividade com um enorme crescimento verificado sobretudo nas últimas décadas e com boas perspectivas de desenvolvimento em Portugal, torna-se muito importante adoptar políticas que interliguem esta actividade com a comunidade local, gerando assim, benefícios para ambos.

E se o turismo tem revelado um forte crescimento nas últimas tendências, também a cultura tem tido maior destaque e desenvolvimento, visto ser um grande foco de atractividade de qualquer local. Segundo Eagleton (2000), citado por Jack e Philipps (2002,p.31), " culture is not only what we live by. It is also, in great measure, what we live for".

Para concluir, pode-se encontrar uma forte ligação entre a cultura e o turismo, devendo esta ser aproveitada, de forma a gerar benefícios a ambos.

#### **1.4.1.) O que esperar da simbiose destes 3 elementos no futuro?**

Actualmente, mais do que em qualquer período, a cultura tem ganho especial pertinência como elemento estratégico de desenvolvimento e competitividade urbano. De acordo com Ferreira (2003.), a cultura sempre esteve integrada na formação das cidades e nas suas vertentes (económica, estrutural, funcional).

No entanto, nem sempre foi acessível a todos. Só a partir da segunda metade do século XX, é que a cultura se afirmou como um direito acessível e atingível a todos os cidadãos devido à crescente oferta cultural que foi acompanhando as novas expectativas e tendências do consumidor que se revelou cada vez mais escolarizado e exigente (Abreu e Ferreira, 2001).

Por conseguinte, é neste contexto que se destaca a importância mais recente da interligação entre a cultura e o turismo que perante uma enorme competitividade interurbana podem constituir uma importante estratégia de desenvolvimento e revitalização urbana.

Assim, a cultura é um importante recurso de regeneração urbana capaz de gerar múltiplos benefícios económicos e sociais relevantes para os locais, e as comunidades onde se insere. Actualmente, é integrada num conjunto de políticas urbanas, como forma de estimular o desenvolvimento urbano, social e económico das cidades, de criar uma imagem atractiva e credível no mercado e assim atrair todo o tipo de público-alvo, que neste caso, pode ser todos os profissionais que pretendam investir nesse espaço urbano, ou todos os consumidores e turistas desse mesmo espaço (Abreu e Ferreira, 2001).

Mais recentemente, foi integrada no conjunto de políticas urbanas, a chamada agenda criativa, desenvolvida por um conjunto de estratégias culturais em espaços urbanos.

Desde a sua criação, têm sido elaborados vários tipos de programas como o investimento em infra-estruturas culturais, maior envolvimento da população local em projectos de conduta económica e social, notoriedade da imagem urbana até ao marketing urbano (Abreu e Ferreira, 2001).

Ainda neste âmbito, vários foram os projectos culturais realizados com grande visibilidade: eventos como a Expo 98, Porto 2011 como Capital Europeia da Cultura e Coimbra em 2003 como Cidade Nacional da Cultura (Ferreira, 2002).

Contudo, o balanço destas actividades não é unânime, mostrando resultados bem diferenciados,



quer a nível económico quer a nível cultural. No que diz respeito aos casos enumerados anteriormente, os resultados finais ficam muito aquém das expectativas pois na sua maioria limitam-se a elaborar intenções e programas de propaganda de marketing urbano que na realidade apenas são teorizadas e não aplicadas. Tomemos o exemplo da cidade de Coimbra e a sua nomeação de capital da cultura em 2003: apesar de ter requalificado a sua imagem interna e externa, não foi de todo um caso de sucesso pela falta de continuidade das dinâmicas geradas e pela ausência de programas exequíveis e sustentáveis a longo prazo.

Segundo Ferreira, (2002,pg.1), " na origem destas limitações está em larga medida a forma como estes projectos são concebidos e implementados" pois muitas vezes são concebidos de igual forma a outros casos com expectativas e condições diferentes das reais.

Finalizando, segundo Landry (2011), o problema reside nos verdadeiros objectivos que devem ser atribuídos à cultura, que, como já foi referido, na sua maioria, são inapropriados e insustentáveis.

### **1.5.) A importância dos grandes eventos no desenvolvimento e globalização da cultura**

Nas últimas décadas vários têm sido os eventos que se têm realizado em Portugal, mais concretamente, grandes eventos. Pela sua continuidade, é possível perceber a sua importância enquanto motores de desenvolvimento e transformação cultural bem como a sua globalização neste mercado (Ferreira,2002).

Várias são as razões que se apontam para a sua importância e reconhecimento. Destaca-se o cariz internacional deste tipo de eventos, que confere uma imagem de grande visibilidade perante o mundo, tornando-os excelentes elementos de difusão da cultura, em escalas diferenciadas (exemplo da Expo 98) e a excelente gestão e organização deste tipo de eventos que é marcada pela construção de programas locais de acção, que, normalmente, são muito bem vistos, a nível internacional.

Assim, todo o processo de globalização da cultura é feito pela articulação de vários agentes políticos, académicos, profissionais, entre outros, actuando em diferentes escalas (local, regional, nacional e internacional) (Ferreira,2002).

Por conseguinte, todos os gestores e organizadores de eventos devem ter em conta esta junção e compilação de interesses, que todos juntos promovem a divulgação e desenvolvimento da cultura.

Um exemplo dessa articulação de elementos e interesses é o projecto das capitais da cultura, que conjugam várias vertentes, nas quais se pretende difundir o valor da arte e da cultura num determinado local, sendo parte integrante desse mesmo local e da sua comunidade.

Todos estes projectos são cada vez mais ajudados pelo importante papel dos intermediários culturais nos espaços urbanos. De seguida, abordou-se a sua importância.

### **1.6.) Exemplo da cidade do Porto: Capital Europeia da Cultura em 2001**

O ano 2001, foi sem dúvida, um ano marcado por um grande evento: Porto, capital europeia da cultura.

Este evento pode ser considerado como um evento de grande dimensão pelo seu carácter internacional, pelo tipo de programação elaborada e pela quantidade e diversidade de eventos e actividades que fizeram parte do evento. Este, também se distinguiu pela quantidade de recursos materiais e humanos que envolveu, pelas infra-estruturas e espaços que foram necessários utilizar, pelo tempo em que decorreu (durante um ano), e preparação que exigiu, e por todo o conjunto de pessoas (quer organizações, autoridades ou públicos) que mobilizou (Ferreira, 2001).

De elevada notoriedade, este projecto teve uma enorme repercussão sobre os comportamentos de consumo cultural no público da cidade analisada, na medida em que, algumas das suas características captaram a atenção pública de uma forma muito mais vincada e credível (Ferreira, 2001).

No entanto, é de notar a extensão do público já existente: este evento fortaleceu a identidade local com a enorme projecção que foi dada à cidade como capital europeia da cultura e com a utilização de recursos materiais e humanos com grande prestígio. Isto é, além de fidelizar o público habitual e assíduo, também captou novos públicos-alvo, fundamentais para a atractividade da cidade.

Sendo assim, muito brevemente, destacam-se alguns dos benefícios gerados pelo evento Capital da Cultura: a sua projecção interna, nomeadamente para os residentes do Porto e para a revitalização da cidade, o seu desenvolvimento e notoriedade, e a sua projecção externa que diz respeito à sua promoção fora do país e às fontes de atracção para o evento (Ferreira, 2001).

Como tal, este foi marcado pela grande transformação que proporcionou à cidade (como por exemplo nas intervenções urbanas) e também pela transformação na oferta cultural tendo a cidade contado com um maior número de eventos deste âmbito.

Por conseguinte, destacam-se alguns dos objectivos propostos e que se pretendiam cumprir, com este projecto (de acordo com Ferreira, 2001):

- Aumento da visibilidade (país, cidade, eventos, empresas associadas);
- Desenvolvimento da oferta cultural através de recursos público-privados;
- Regeneração e requalificação urbana (com a utilização de infra-estruturas já existentes e / ou com a criação de novas;
- Envolvimento de vários agentes nacionais e internacionais que dão prestígio ao próprio evento;
- Criação de novos públicos, potenciando a facilidade em aceder a este tipo de

oferta cultural a todos os cidadãos.

No entanto, visto que já várias cidades tiveram o privilégio de realizar este evento, e perante a competitividade existente actualmente entre estas, todas devem fazer por destacar as suas características distintas, únicas e diferentes que as distingue umas das outras (Santos, 2002).

Como já foi referido, todo este mega evento teve na sua génese, vários objectivos, entre os quais se destaca a vertente da programação cultural com a requalificação e reestruturação de infra-estruturas urbanas, revitalização económica, prolongação dos benefícios gerados pelo evento a longo prazo (isto é, após um ano), aproveitamento das infra-estruturas criadas ou requalificadas para outros projectos e por fim continuidade e aumento da mobilização de novos públicos para a cidade. (Ferreira, 2001).

Em suma, este mega evento assumiu-se como uma continuidade de um conjunto de grandes eventos iniciados em Portugal desde 1983. Este grande projecto privilegiou a programação cultural com uma quantidade e qualidade oferta cultural bem como pela construção e revitalização de vários equipamentos culturais.

Além disso, apostou também na requalificação urbana e ambiental bem como na formação de novos públicos que até então não eram fonte de atracção na cidade.

Pode-se assim concluir, que este evento, teve no geral, repercussões positivas na cidade e no seu desenvolvimento posterior. (Ferreira, 2001).

Não obstante, com características e objectivos semelhantes ao projecto das cidades europeias da cultura, destaca-se também um projecto de ordem nacional que será abordado com maior detalhe posteriormente: as capitais culturais da cultura. Em Portugal, a primeira cidade a ostentar este título foi a cidade de Coimbra, em 2003 (Ferreira, 2001).

### **1.7.) Papel dos Intermediários Culturais e dos Eventos na Cultura Urbana: breve caracterização**

Actualmente, a intermediação cultural tem um papel fundamental na dinamização e reconfiguração dos ambientes culturais urbanos em Portugal. Esta pode fazer-se através da realização de eventos de grande notoriedade como por exemplo a Expo 98, ou as Capitais da Cultura, entre outros eventos (Ferreira, 2002).

Então, como se pode caracterizar, a intermediação cultural?

Caracteriza-se por fazer a ligação entre os produtores e os receptores, entre os criadores e os públicos e que é resultado de um conjunto de actividades que ajudam a informar, seleccionar e avaliar essas criações (Ferreira, 2002).

Ao longo das últimas décadas, estes intermediários têm tido um papel cada vez mais importante no domínio da cultura, mas também em outros sectores como o político e social.

Eventos como a Expo 98 e as Capitais da Cultura são bons exemplos disso, devido à sua dimensão e impacto, assim como a notoriedade e profissionalismo que conferem a todos os profissionais que os desenvolvem e organizam.

Estes projectos têm um efeito multiplicador no local onde se realizam, potenciando o aumento das funções e do papel exercido pelos intermediários culturais, dando-lhes protagonismo e visibilidade (Ferreira, 2001).

Por conseguinte, têm sido cada vez mais apoiados e dirigidos pelas autarquias que têm apostado muito em perspectivas culturais de notoriedade e qualidade como os projectos das capitais da cultura, a revitalização de centros culturais, museus, assim como na " turistificação do património histórico e do espaço público" (Ferreira, 2001, p.88), abrindo a esfera entre o público e o privado e as vertentes cultural e política.

Concluindo, actualmente, pode-se assistir a uma maior acção dos intermediários culturais, sendo estes, muito importantes, para o desenvolvimento da cultura de um determinado local.

## **Capítulo 2: TURISMO E CULTURA**

### **2.1.)Turismo Cultural**

Já várias foram as evidências, que foram descritas em toda a documentação redigida, que mostram a importante e presente ligação entre o turismo e a cultura. Por conseguinte, a cultura engloba um conjunto de pessoas que querem e procuram conhecer diferentes culturas, tradições, línguas, modos de viver e estar; e por outro lado o turismo é visto como o instrumento de valorização da identidade, da cultura e promoção económica de bens culturais (Rodrigues, 2012).

Segundo a Organização Mundial de Turismo, na sua carta cultural do turismo, " o turismo denominado cultural é originado pelo desejo de visitar e conhecer diversas manifestações do património natural, histórico e monumental e cultural propriamente dito das regiões e países que integram o planeta".

Neste contexto, pode-se perceber que muitas são as motivações do Turismo Cultural sendo que todas elas se conjugam numa combinação de ambiente, cultura local e história. As pessoas querem conhecer e aprender algo durante a sua viagem a um local, sobretudo, o seu carácter único. Explorar outras culturas, é sem dúvida, uma das grandes motivações para qualquer viajante (Rodrigues, 2012).

Em síntese, pode-se definir o turismo cultural como uma ligação existente entre o turismo e a cultura, sendo recente, o seu conceito. Actualmente, é visto como uma alternativa ao turismo de sol e mar, sendo um tipo de turismo que envolve actividades e experiências entre outras culturas, povos e grupos.

Segundo Bonik e Richards (1992), citado por Pérez (2009), o turismo cultural engloba um conjunto de lugares e monumentos com uma panóplia de atracções a serem visitadas, com a cultura como principal produto.

Concluindo, o turismo cultural é uma forma de aprendizagem, é um processo de mercantilização da cultura, de procura de atracções histórico-culturais, é uma indústria de representações da cultura, é uma forma de viajar específica e é uma forma de turismo que ganha cada vez mais adeptos (Rodrigues, 2012).

### **2.1.2.)Várias caracterizações do Turismo Cultural**

Desde há muito tempo que a cultura e o turismo se interligam, sendo actualmente, a cultura, uma das principais razões para a viagem. Segundo a Organização Mundial do Turismo, 37% das viagens realizadas em 2005, foram de âmbito cultural, assim como de acordo com investigações

da Atlas, entre 5 e 8% do mercado turístico geral viaja por motivos culturais, o que representa cerca de 60 milhões (Pérez 2002, citado por Dias, 2010).

O turismo teve o seu início no Grande Tour europeu e foi sofrendo algumas modificações com o decorrer do tempo. Note-se que a Revolução Industrial e a evolução dos meios de transporte permitiram diminuir a distância entre as localidades separando melhor o tempo de lazer e o tempo de trabalho (Pérez, citado por Dias, 2010).

Posteriormente, no século XIX, nasceu a indústria turística e todos os seus elementos caracterizadores que foram fundamentais para o desenvolvimento e visibilidade do turismo e da cultura (Pérez, citado por Dias, 2010).

Hoje em dia, existem várias definições aceites, sobre o Turismo Cultural:

Segundo Cluzeau (2000), citado por Dias (2010, pg.22), o turismo cultural define-se como " un déplacement d'au moins une nuitée dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la decouverte d'un patrimoine et de son territoire ". Este acrescenta que no turismo cultural se pode incluir também outros tipos de turismo como o de carácter desportivo e o balnear.

Todavia, para outros autores, como Pérez (2002), o turismo cultural é uma alternativa ao turismo mais significativo de sol e mar, que tem ganho bastante destaque nas últimas décadas.

Também Talavera (2003, pg.1.), considera o turismo cultural como outra opção turística de compreensão da cultura, afirmando que " el turismo cultural es concebido como uma forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura".

Por conseguinte, para reforçar a sua definição, segundo Chirinos, citado por Dias (2010), vê o turismo cultural como um nicho turístico que oferece um contacto mais profundo do turista com as tradições, costumes, arte, hábitos, formas de viver e estar de outras culturas.

Por fim, segundo a Organização Mundial do Turismo, citado por Dias (2010, pg.1), reforça que o Turismo denominado cultural é originado pelo desejo de visitar e conhecer as diversas manifestações dos patrimónios natural, histórico-monumental e cultural propriamente dito das regiões e países que integram o planeta.

### **2.1.3.)Tipos de oferta do Turismo Cultural**

- O património cultural que é um dos principais atractivos culturais de uma determinada sociedade. Tomemos o exemplo dos monumentos, museus, centros históricos; (Pérez, 2009).
- Locais de interesse histórico, artístico, literário. Tomemos o exemplo de batalhas, revoluções, entre outros; (Pérez, 2009).
- Símbolos artísticos que enriquecem e alargam a estadia do turista; (Pérez, 2009).
- Actividades culturais que promovem um maior conhecimento da cultura e do país

visitado. Ex: artesanato, cursos, entre outros (Pérez, 2009).

Resumindo, pode-se considerar vários elementos que integram a oferta turístico-cultural, tais como as tradições, a língua, a arte, a dança, a música, história, património, religião, arquitectura e gastronomia (Pérez, 2009).

Neste sentido, de acordo com Richard (1996), citado por Pérez (2009, p.122), é de registar esta tendência " na Europa está a acontecer não só um aumento da procura do turismo cultural, mas também um aumento na produção de bens culturais, patrimoniais e artísticos ". Assim, o turismo cultural permite que se estabeleça uma relação com o passado (através do património) mas também contempla o presente com o contacto com a população local de um determinado destino turístico (Pérez, 2009).

Mas, até que forma é que este produto integrante do turismo cultural está bem concebido actualmente? Será que são feitos produtos a pensar nas verdadeiras necessidades dos consumidores?

De acordo com Mckercher e Cros (2002), muitas vezes não são feitos os produtos consoante as motivações reais do mercado. Assim, qualquer produto que queira vingar no seu mercado tem de ter em conta não só o conteúdo que oferece mas também o seu público-alvo e a sua concorrência. Num mercado cada vez mais competitivo é necessária uma remodelação da forma como se constroem os produtos pois estes devem ser muito mais do que simples mercadorias a serem vendidas (Pérez, 2009).

#### **2.1.4.)Tipos de procura do Turismo Cultural**

As características dos turistas culturais já não são as mesmas tendo sofrido várias alterações ao longo dos anos.

Actualmente, o turista tem uma bagagem cultural muito mais enriquecida sendo por isso mais exigente e expectante quanto à oferta. Tem também maior rendimento, logo mais dinheiro que pode gastar no consumo cultural (Pérez, 2009).

Em suma, é um turista que procura vivenciar uma experiência intensa e pouco estereotipada, exigindo assim, mais criatividade e inovação por parte das indústrias culturais (Pérez, 2009).

No que diz respeito às motivações para viajar por ordem cultural, as que mais se destacam são: viajar para obter novos e mais conhecimentos, fazer turismo e assim fugindo também à rotina do dia-a-dia, realizar e ter experiências novas, entre outras. Assim assiste-se a uma maior procura pela realização de experiências novas e únicas do que propriamente o usufruo dos serviços culturais, o que leva a concluir que é necessário um reajustamento cultural perante este paradigma actual (Pérez, 2009).

Ainda dentro deste contexto, podemos encontrar vários tipos de turistas culturais. Segundo Bywater (1993), citado por Pérez (2009): os turistas culturalmente motivados que viajam pela motivação cultural; os culturalmente inspirados que viajam pelo interesse cultural e patrimonial dos locais e por fim os culturalmente atraídos que visitam locais culturais mas não viajam apenas por esse tipo de atracções.

Não obstante, podemos ter outras definições para o tipo de turistas culturais. De acordo com Richard (2004), citado por Pérez (2009), pode-se avaliar os turistas pela sua vontade e intenção de consumir produtos culturais sendo que podemos ter turistas que viajam propositadamente por isso e outros que de forma não intencional acabam por os consumir.

No entanto, a nível geral, ao longo dos últimos anos não se têm registado grandes alterações no perfil do turista cultural (Pérez, 2009).

A principal motivação da viagem é o ambiente cultural do destino e a fonte de informação são os amigos, familiares e mais recentemente a Internet.

Por fim, quanto às práticas dos turistas, continua a evidenciar-se um aumento do interesse por este segmento turístico bem como pelo desejo de maior participação activa entre o turista e o próprio turismo (Pérez, 2009).

#### **2.1.5) O Turismo Cultural como forma de produção de cultura**

Actualmente, este tipo de turismo constitui uma forte e atractiva alternativa ao turismo convencional de sol e mar, sendo por isso, um produto diferente no âmbito turístico.

No entanto, o turismo cultural nem sempre é direccionado para a população no geral, pois segundo Bordieu (1979), citado por Pérez (2009, p.111), o " turismo cultural tem-se convertido numa etiqueta de distinção social, do produto turístico e da prática turística"

Assim, esta forma de produção cultural apesar de ter vantagens, também pode ter impactos menos positivos, isto é, apesar de o turismo cultural desenvolver e revitalizar as tradições e identidades culturais das várias regiões, também pode tornar a cultura num produto banal, massivo e demasiado superficial (Greenwood, 1992 & Patin, 1999, citado por Pérez, 2009).

Desta forma, este produto é gerido por empresas e políticas regionais e locais que tentam diversificar a oferta de modo a responder às necessidades do mercado.

Portanto, o turismo cultural não é apenas o conjunto de hábitos, tradições e costumes que podem ser conhecidos mas também um conjunto de produtos diversificados que pretendem satisfazer as novas tendências dos consumidores, isto é, nem sempre significam aprendizagem e conhecimento cultural apenas, envolvem um conjunto de partilha e de experiências vividas por quem os pratica (Pérez, 2009).

De acordo com Bordieu (1979;1988), citado por Pérez (2009, p.119), " as classes sociais lutam por se distinguir umas das outras, através da educação, da ocupação ou estatuto profissional e



dos estilos de vida ou consumo". Assim, pode-se inserir o consumo cultural como parte integrante do turismo cultural evidenciando essa diferença social.

Por conseguinte, segundo a linha de pensamento referida, o turismo cultural pode ser enquadrado na forma como as pessoas consomem a cultura quando viajam (Richard, 2000, citado por Pérez, 2009).

Sendo assim, pode-se considerar dois aspectos diferentes presentes na cultura: por um lado o conjunto de valores e tradições da sociedade humana que reflecte e por outro o conjunto de bens materiais que lhe estão associados (Pérez, 2009).

Desta forma, segundo Richard (citado por Pérez, 2009), a cultura tanto pode ser definida como um produto para consumo, como também pode ser a transmissão de valores morais que lhe estão associados (tradições, valores, costumes).

Em suma, a participação activa dos turistas na produção de consumo cultural é um aspecto que deve ser valorizado e desenvolvido, pois beneficia tanto o visitante que consome o produto como quem o produz.

### **2.2.1.) Novas tendências do sector turístico (breve caracterização)**

De acordo com Matias e Sardinha (2009), o crescimento e a importância do turismo, é explicado pelas várias mudanças que se têm verificado, na sociedade, nas últimas décadas.

Todo este crescimento turístico, muito potenciado nas sociedades desenvolvidas, difere-se pelas características sociais, culturais e ambientais que contribuem para a diferenciação de cada destino.

Actualmente, ainda segundo os autores Matias e Sardinha (pg.15, 2009), o turismo “ é uma actividade económica em crescimento acelerado um pouco por todo o mundo, sendo responsável por fatias apreciáveis do produto e do emprego nas mais variadas regiões e países industrializados, do seu nível de desenvolvimento económico e social”.

Perante esta tendência bastante satisfatória para o sector turístico, também o processo de globalização tem ajudado a evidenciar esta tendência: este processo tem potenciado a competitividade entre países / regiões turísticas, visto que o turismo tem um peso cada vez maior nas economias nacionais.

Concluindo, é importante potenciar esta tendência, com um desenvolvimento mais personalizado, exigente e consolidado por cada tipo de destino.

## **Capítulo 3: AS CIDADES**

### **3.1.) Breves caracterizações da cidade**

De acordo com Fortuna, (2002, p.1), “ mais de metade da população mundial vive hoje em contexto urbano e, tendo em conta as projecções demográficas, atuais, prevê-se que, dentro de meio século, esta população duplique”. Ainda na linha de pensamento de Fortuna, se considerarmos a crise económica e social vivida actualmente e as condições decadentes e precárias em que a população urbana vive, é importante reflectir sobre uma mudança inevitável que dê mais qualidade de vida às pessoas que nela habitam.

No entanto, as cidades nem sempre foram aquilo que hoje vemos e como as caracterizamos hoje em dia.

Na linguagem corrente, todas as abordagens que caracterizam uma determinada cidade descrevem-na como um espaço físico, no qual podem surgir várias transformações ao longo dos tempos. No entanto, a cidade é muito mais do que um espaço: esta possui uma dimensão simbólica, que vai para além dos seus elementos materiais, e que muitas vezes é esquecida na hora de se fazer a sua caracterização. De acordo com Baptista (2003) quando abordamos a temática cidades e a sua caracterização, falamos essencialmente de um conjunto de espaços físicos mutáveis e em constante desenvolvimento físico e espacial.

Assim, a cidade engloba uma dimensão territorial, política, social e cultural que está em constante mudança: quer seja pelo seu carácter como espaço físico, quer pelo seu contexto social como sendo um espaço de interacção entre os indivíduos, quer seja por todo o simbolismo que lhe está associada (Gomes,2007).

Portanto, as cidades são “ conjuntos de símbolos, que ao longo da história, vão sendo hierarquizados e têm expressão tanto nas estruturas físicas, como nos aspectos da vida quotidiana” (segundo Shields, 1992, citado por Gomes 2007, p.5).

De acordo com Gomes (2007), as cidades são caracterizadas por um conjunto de símbolos que definem as imagens e o poder que lhe está associada, fortemente influenciada pela comunidade que nela habita, na medida em que qualquer cidade comporta consigo valores, formas de estar e viver, histórias e sentimentos que a influenciam directamente.

Assim, uma cidade só é considerada como um espaço humanizado, pelas pessoas que lá vão residir. Criando as suas próprias vivências nesta. Cada pessoa que habita na cidade, vai criando a sua identidade social, com a partilha de experiências e sentimentos com os outros, sendo que, cada um cria uma ligação específica e peculiar com a cidade em que nasce e / ou vive. Isto significa, que, através dessa partilha de vivências e emoções com a cidade, cada indivíduo, vai construindo a sua própria identidade pessoal, mas também social, com as ligações que estabelece com esse lugar e a sua comunidade (Gomes, 2007).

Para além disso, além de criar a sua própria identidade, o indivíduo é o principal responsável pelas suas alterações e modificações, pois são estes, que produzem, uma dimensão simbólica à cidade, que foi referida anteriormente.

Actualmente, vivemos numa profunda crise não só económica, mas de valores no qual se incluem as cidades.

Esta crise provoca transformações na identidade de cada cidade, que vão sendo alteradas ao longo dos tempos.

De acordo com Fortuna e Peixoto (2002), todo este processo deve ter como base, a percepção de todos os elementos da cidade, que têm vindo a ser esquecidos ou enfatizados, para se compreender melhor as novas e futuras tendências urbanas.

Além disso, também a própria imagem e simbolismo da cidade têm vindo a alterar-se (mudam-se as gerações, mudam-se as mentalidades, mudam-se as representações e as imagens de cada lugar. Portanto, esse conjunto de ideias e impressões está constantemente a ser alterada, fruto da evolução da sociedade e das próprias cidades (Philip Kotler citado por Fortuna e Peixoto, 2002). Como foi dito anteriormente, toda a crise de valores que hoje nos deparamos, é também uma crise de cidades. O aumento da insegurança, a concentração massiva e muitas vezes excessiva da população nas cidades, a diminuição das condições do nível de vida, maior poluição ambiental, aumento do desemprego, aumento da pobreza e decadência urbana são problemas atuam com que se deparam as cidades e os indivíduos que nela vivem (Fortuna e Peixoto, 2002). Então, a sociedade e a cidade estão fortemente interligadas, sendo que o que acontece de bom ou de mau com uma, tem repercussões na outra. Segundo Fortuna e Peixoto, (2002,pg..23), “ quando a sociedade como um todo sofre mudanças, a cidade também se modifica”.

Por conseguinte, tanto uma como outra, possuem uma determinada identidade, que está sujeita a permanentes alterações.

Então, o que é a cidade?

Segundo Wirth (2001),citado por Gomes (2012,pg..24), “ um agregado relativamente extenso, denso e estável de indivíduos socialmente heterogéneos”.

Acrescentando, de acordo com Gomes (2012,pg.28), “ as cidades constituem-se como sistemas sociais complexos” que apresentam inúmeras definições. Ainda segundo este, as cidades “ são constituídas por um conjunto de símbolos e imagens que se expressam na vida quotidiana, dos seus residentes e vão, ao longo do tempo, sendo associadas a sentimentos e valores” (Gomes, 2012, pg.28).

Concluindo, com base na informação analisada, pode-se perceber que a cidade é muito mais do que um espaço físico, é um local repleto de simbolismo, e com inúmeras transformações que na sua maioria, são desenvolvidas pela comunidade que nela habita.

### **3.1.1.) Modos de vida nas cidades**

Como sabemos, já tendo sido referido anteriormente, as cidades contam com um número populacional cada vez maior, sendo que a maioria da população prefere viver na metrópole do que em espaços rurais. Assim, dentro do contexto da cidade como se processará o modo de vida daqueles que nela residem?

Em primeiro lugar, é importante referir o modo de estar e de se relacionar com os outros, de pessoas que vivem nas cidades. De acordo com o sociólogo Georg Simmel, citado por Gomes (2008), os habitantes das metrópoles têm uma relação mais fria, distante e impessoal com os outros, do que as que habitam em espaços rurais. De certa forma, entende-se visto que em locais urbanos de maior dimensão, as pessoas não possuem muito tempo para criar e / ou fortalecer relações com os outros. Além disso, ainda segundo Simmel, este tipo de pessoas possui uma liberdade maior que não tinham em espaços e grupos mais pequenos, pois escapam “ às trivialidades e aos preconceitos típicos de pequenas localidades” (Simmel, citado por Gomes, pg.24).

Todavia, há sempre aspectos menos positivos. Segundo Gomes, (2008,pg.24), “ a consequência oposta desta liberdade é o possível sentimento de solidão e isolamento que ela pode acarretar”. Assim, a cidade pode ser caracterizada por três aspectos essenciais: a dimensão, a densidade e a heterogeneidade. Relativamente à densidade, nas cidades deparamo-nos com um crescente aumento da população que leva à diferenciação e multiculturalidade da população. Esta tendência leva ao progressivo desaparecimento das relações sociais entre as pessoas que dá lugar à competitividade, formalidade e distanciamento entre elas (Gomes, 2008).

Por conseguinte, “ pela impossibilidade de todos os membros se conhecerem pessoalmente o aumento da população implica, assim, que a natureza das relações sociais se conheça em papéis segmentados e que os seus contactos se caracterizem pelo anonimato, pela impessoalidade, superficialidade e transitoriedade” (Gomes,2008 p.24-25).

Quanto à densidade, é de frisar, que o seu aumento provoca “ a diferenciação e especialização do espaço urbano” (Gomes,2008 pg.25)., sendo que as pessoas tendem a afastar-se mais e a sentirem-se mais isoladas.

Finalmente, o aumento da heterogeneidade na população citadina que também pode gerar mais situações de conflito, instabilidade, insegurança e isolamento.

Perante o panorama social, económico e político actual, a circulação de pessoas é cada vez maior, sendo por isso qualquer uma delas muito facilmente substituída. Além disso, a instabilidade económica que gera uma fixação precária num determinado local de residência bem como de um trabalho leva à quebra do desenvolvimento e fortalecimento das relações sociais criadas, sendo estas curtas e instáveis (Wirth, 1938, citado por Gomes,2008).

De acordo com (Peixoto, 1990, citado por Gomes (2008)), a vida urbana é um modo de vida

baseado numa cultura própria em que o anonimato, distanciamento e superficialidade se realçam/ destacam, na medida em que a falta de interacção com os outros, a individualidade e os relacionamentos curtos e supérfluos criam um novo conceito de cidade, que antes, não existia.

Concordando com Gomes, penso que não é necessário levar esta tendência de forma tão rígida. É de fato, preocupante a relação interpessoal estabelecida nas cidades modernas, contudo, estas mesmas cidades continuam a ter locais que tentam combater este flagelo social, como os seus centros históricos e os seus bairros mais antigos e emblemáticos, onde se nota claramente, uma maior proximidade entre as pessoas.

Todavia, actualmente, existem uma série de discursos que abordam esta problemática das cidades. Sendo uns mais lineares que outros, todos enfatizam este novo paradigma das relações sociais, ou mais propriamente falta delas, nas cidades modernas (Gomes, 2008).

Perante tal situação, de acordo com Costa (2003), citado por Gomes (2008), têm vindo a desenvolver-se um conjunto de intervenções que tentam amenizar a situação. Por conseguinte, a cidade pode ser definida por um espaço onde se encontram vários grupos heterógenos, no qual encontram entre si várias possibilidades de se relacionarem dentro do mesmo espaço ( Rémy e Voyé, 1994, citado por Gomes, 2008).

Portanto, com base em leituras redigidas, sobre a cidade e as suas formas de vida, conclui-se que as opiniões não são consensuais. Assim, se nalguns meios urbanos se verifica a existência de relações sociais distantes, noutros, pelo contrário, admite-se a existência de redes de solidariedade, de relações próximas de vizinhança e conhecimento mútuo, o que, de facto, apenas vem confirmar as teses de diversidade e heterogeneidade do espaço urbano (Gomes, 2008 pg.28).

Enquanto uns pensam que a cidade promove o desenvolvimento de relações sociais, outros pensam que a cidade conduz ao anonimato, individualismo e solidão.

Por estas razões e muitas mais, “ as cidades constituem-se como sistemas complexos sociais que não permitem, por isso, que se apresente uma única definição” (Gomes, pg.28).

### **3.2.) Cidades Culturais / Cidades Turísticas: novas tendências futuras?**

Na segunda metade do século XX, assistiu-se a dois fenómenos interessantes dentro da temática analisada: a cultura foi conquistando mais adeptos (em parte potenciada por uma sociedade mais escolarizada, culta e exigente) e o turismo como potenciador de múltiplos benefícios nas cidades (Abreu e Claudino, 2003).

Como tal, as cidades tem-se tornado importantes lugares atractivos para o turismo cultural: turistas com mais qualificações que procuram o turismo como forma de aprendizagem e enriquecimento cultural. Assim, apesar de terem uma grande quota nas grandes capitais, segundo Abreu e Claudino (2003, p.3) é talvez mais pequena nas cidades de pequena e média

dimensão que o turismo ganha especial apelo no quadro, de estratégias de desenvolvimento local, pois é o turismo que pode ajudar na revalorização da economia local pelo aproveitamento do património e recursos locais.

Em Portugal, nas últimas décadas tem-se assistido a um desenvolvimento do turismo e da cultura como produtos associados. Tal facto justifica-se pelo aumento do investimento em projectos de grande atractividade turística tais como o Euro 2008 e o Rock in Rio, os múltiplos eventos gastronómicos, culturais, desportivos, entre outros.

Concluindo, com o desenvolvimento do turismo urbano podemos assistir a um aumento da valorização das atracções culturais e turísticas urbanas assim como a um alargamento da dimensão da cultura no âmbito das cidades. Assim, a relação existente entre a cultura, o turismo e as cidades permitiu juntar todos os recursos como a arte, património e história num único produto, que, se tem revelado ser bastante exequível (Abreu e Claudino, 2003).

### **3.2.1.) Cidades criativas**

Actualmente, a criatividade está implícita em qualquer cidade, região ou local sendo conotada na sua maioria pelos seus benefícios.

Desde a sua génese que vários autores e activistas se preocuparam em estudar o papel da criatividade nas cidades: de que forma poderia ser um meio de competitividade, se seria uma importante fonte de riqueza, de que forma poderia contribuir para a dinamização da cultura, entre outros.

Numa primeira fase, a definição de cidade criativa incluía o local onde os artistas tinham o papel principal e onde a imaginação era o ponto forte da identidade da cidade (Landry, citado por Reis e Kageyama, 2011).

No entanto, esta definição tão simples e vaga foi colmatada pela entrada das indústrias criativas (música, dança, arte) que foram inseridas como foco de desenvolvimento económico, turístico e de marketing nas cidades criativas. Para além disso, vários foram os interessados em actuar neste âmbito (Landry, citado por Reis e Kageyama, 2011).

Não obstante, concordando com a linha de pensamento de Landry, a cidade criativa é mais do que imaginação e inovação: as cidades só podem ser realmente criativas se a sua administração pública o for. Tomemos o exemplo de sectores públicos como a saúde, serviços sociais, política, entre outros.

Assim, isto significa, que para que uma cidade seja criativa é preciso mais do que artistas e profissionais que trabalhem para tal, é preciso que toda a comunidade inserida na cidade, também trabalhe para tal, pois todos podemos ser criativos, basta ter empenho e interesse para que tal aconteça.

Por outro lado, ainda neste contexto, pode-se inserir a inovação que se for bem desenvolvida

pode ser uma vantajosa simbiose no desenvolvimento de projetos de cidades criativas.

Assim, de acordo com (Landry, citado por Reis e Kageyama (2011)), é necessário inovar, apostando no desempenho competitivo e inovador de cada um, de uma forma eficiente e sustentável. E como se pode estimular a criatividade? Basta despertar a curiosidade nas pessoas, desencadeando um processo de imaginação que por conseguinte, pode gerar, criatividade.

A criatividade tem por base um conjunto de acções inovadoras e desafiantes capazes de responder a circunstâncias e problemas inesperados, podendo manifestar-se aos mais variados níveis (social, político, económico, cultural) (Reis e Kageyama, 2011).

Por outro lado, a cidade criativa pode ser um meio para a transformação e evolução de mentalidades, isto é, uma base para a construção de uma nova visão sobre as cidades e a sua envolvente. Assim, pode ser " uma mensagem clara para estimular a abertura mental, a imaginação e a participação pública" (Landry, p.1, citado por Reis e Kageyama, 2011 ).

Esta pressupõe um conjunto de mudanças que podem ser a chave para a solução de muitos dos problemas urbanos considerados inatingíveis de solucionar.

Podendo atingir simples problemas aos mais importantes e globais, a cidade criativa pode e deve ser inserida nas cidades de grande, média e pequena dimensão, pois, para qualquer caso, trará sempre benefícios. Como já foi referido, esta poderá actuar em vários campos, podendo também depender do contexto.

De acordo com (Landry, citado por Reis e Kageyama, 2011), enquanto no século XIX, se deu prioridade à criatividade utilizada na área da saúde, no século XXI já estava mais voltada para as alterações climáticas. Isto significa que a criatividade pode ser usada em múltiplas áreas e que depende do contexto em que é utilizada, sendo que qualquer pessoa pode explorar a vertente criativa que há em si ajudando na formação de cidades mais criativas e inovadoras.

Uma cidade criativa promove a construção de um conjunto de ideias e soluções inovadoras, que em conjunto com a comunidade, podem ajudar na resolução de qualquer problema urbano. Assim, " ser uma pessoa ou empresa criativa é relativamente fácil, mas ser uma cidade criativa é diferente, tendo em vista as culturas e os interesses envolvidos" (Landry, citado por Reis e Kageyama, 2011 p.14).

Por conseguinte, uma cidade criativa representa sentimento, acontecimento, interesse, movimento, energia e inovação. Esta ajuda-nos a olhar para a cidade com outros olhos, potenciando as suas qualidades e combatendo as suas carências, permite-nos redescobri-la e conhecê-la melhor como os turistas o fazem quando se deslocam para a visitar (Reis e Kageyama, 2011).

A cidade criativa é também um espaço social cuja cultura deve estar aberta à mudança e deve contar com o apoio dos seus principais agentes locais nesse processo (Pardo).

De acordo com Pardo citado por Reis e Kageyama (2011, pg.58), " actualmente não estamos apenas enfrentando uma crise económica global, mas provavelmente uma mudança de

paradigmas, que até agora foi desenvolvida no crescimento quantitativo, mas que a partir de agora tem de desenvolver modelos qualitativos ".

Isto significa que a crise actual é um sinal de alerta para o excessivo crescimento da economia produtiva que cada vez mais coloca prazos de equilíbrio da habitabilidade na Terra (segundo Pardo citado por Reis e Kageyama, 2011, pg.89).

Por conseguinte, para que haja uma mudança credível e sustentável, é necessário incluir a criatividade como forma de responder a todas as alterações e desafios que a humanidade atravessa e atravessará (segundo Pardo, citado por Reis e Kageyama, 2011, pg. 89).

Permite-nos enaltecer o espaço urbano, a sua ligação com cada um de nós e o seu mérito. Por isso, todos podemos ajudar na formação de uma cidade mais criativa e reconhecer-lhe o mérito e as suas qualidades e atributos sendo um dos passos importantes que contribuirá para o despertar de interesse para a modificar.

Para que uma cidade se torne criativa precisa de mudar mentalidades, formas de estar e agir, criando condições para essa mudança que deverá constituir-se como uma experiência única e duradoura e não algo transitório.

### **3.2.2.) Importância do turismo nas cidades criativas**

Como já foi referido anteriormente, o turismo é uma manifestação desenvolvida no processo de formação da cidade criativa pois este actua e envolve as pessoas no qual se liga, as suas ideias e mentalidades, a sua cultura, permitindo transportar essa mudança para a sua área de actuação (Fortuna, 2002).

Por conseguinte, este deve ser sempre inserido de forma criativa em qualquer cidade, visto que é um sector que gera um efeito multiplicador no local onde atua, gerando riqueza e actuando de uma forma significativa nos sectores económico e político maioritariamente.

Contudo, se a cidade não possuir fortes atracções turísticas, muito dificilmente conseguirá tornar-se criativa e inovadora (Fortuna, 2002).

Assim, pode-se perceber a importância que o turismo exerce nas cidades sendo estas, cada vez mais, dependentes deste sector. Será que uma cidade que não valorize devidamente os seus elementos turísticos mais atractivos ou possuir uma imagem degradada atrairá turistas e visitantes e consecutivamente mudará mentalidades? Parece-me que a resposta é óbvia, sendo que não é possível que isso aconteça em tais condições referidas. Toda a economia de um espaço urbano está cada vez mais dependente do turismo bem como da inovação e criatividade que a cidade desenvolve nos seus pontos turísticos mais atractivos.

Como tal, o turismo trabalhado de forma sustentada e organizada é, sem dúvida, um dos melhores meios para promover e ajudar na mudança: mudança que criará inovação e criatividade. Actualmente, representa " uma força deliberada e consciente de esperança e desejo de vários grupos que representam a melhor esperança de uma sociedade do futuro, moderna e



diversa" ( Landry. , citado por Reis e Kageyama, 2011, p.53).

Este permite-nos olhar para o local pelos olhos do turista, valorizando aspectos que no dia-a-dia não damos a devida importância. Assim, ainda de acordo com (Landry, citado por Reis e Kageyama, 2011 ( pg.58)), esses pequenos aspectos a considerar " são o nosso espelho e a nossa medida de progresso".

Por conseguinte, já é compreensível o importante papel da criatividade, quando desenvolvida nas cidades.

Segundo Fortuna (2002), actualmente sabe-se que a maioria da população mundial reside em espaços urbanos, que, por conseguinte, acentua a actual desertificação dos espaços rurais.

E para reforçar esta tendência, prevê-se que a população urbana continue a aumentar, deixando os restantes espaços completamente desabitados (o que já aconteceu em vários locais de Portugal).

Perante tal prognóstico, é importante " reconhecermos de imediato que, ao longo das próximas décadas, se torne inevitável construir não apenas mais cidade mas também melhor a cidade" (Fortuna, 2002, pg.123).

Não obstante, apesar de se ter registado uma evolução exponencial na quantidade populacional nos espaços urbanos, nomeadamente nas cidades, esta nem sempre foi acompanhada por períodos igualmente sustentáveis com um crescimento gradativo e sem irregularidades: foram vários os períodos de desenvolvimento urbano mas também foram vários os períodos de estagnação (Gomes, 2008.).

É neste contexto, que surge o papel da criatividade nas cidades, sendo uma ferramenta fundamental, nos dias de hoje, para alterar a monotonia que se instalou nelas próprias.

De acordo com Gomes (2008, pg.59), " as cidades não são apenas espaços materiais ou vividos; são igualmente espaços de imaginação e de representação".

Como tal, e para finalizar, é fundamental utilizar a criatividade como meio de fomentação e desenvolvimento de uma cidade mais criativa, tanto quantitativamente como qualitativamente.

### **3.3.) A cidade e o turismo: interligações que lhes estão associadas**

Segundo Fortuna et.al. (2012), o turismo pode ser considerado como uma actividade social que está sujeita aos mesmos efeitos da conjuntura social, apresentando períodos de crescimento e outros de crise. Nos últimos 25 anos, tem revelado ser uma actividade em ascensão sendo por isso uma rara oportunidade de ascensão económica.

Neste crescimento destaca-se a consolidação das cidades enquanto mercado relevante na captação de fluxos turísticos cada vez mais segmentados e arrojados, tendo como base as viagens de curta duração e o alojamento a baixo custo como características peculiares do produto turístico inseridos nos destinos urbanos (segundo Agroup e Interarts, 2005, citado por

Fortuna et. al., 2012).

O principal factor deste crescimento prende-se com a busca de alternativas económicas que combatam um dos principais flagelos mundiais: o desemprego. Assim, o turismo urbano poderá ser uma excelente alavanca para o crescimento económico e de empregabilidade nas cidades.

Neste contexto, com um turista cada vez mais exigente, é imprescindível o papel das cidades na promoção dos seus recursos de uma forma original, diferenciada e criativa.

Segundo o ponto de vista de Brito (2003), o turismo estabelece uma complexa e antiga relação com os espaços urbanos, pois na sua génese pode-se considerar que é uma actividade eminentemente urbana. Facto que comprova com dados da Direcção Geral de Turismo, que indica que o número de pessoas que fazem férias varia consoante a concentração populacional nos espaços urbanos.

Assim, segundo Brito (2003, pg.1.), "a urbanização gera turismo, quer seja uma cidade tradicional ou moderna, de pequena, média, ou grande dimensão, a cidade tem um enorme poder de atracção naqueles que a visitam". Cada cidade, consoante um conjunto de factores, terá polos de atractividade mais importantes que outras mas o que importa salientar é a importância dos recursos que possuir, quanto mais tiver, mais original, competitiva e distinta será a cidade.

Ainda, sob a opinião de Brito (2003), os destinos urbanos, inseridos no contexto de espaços urbanos, podem ser de três tipos: inicialmente podem corresponder às cidades com maior dimensão, denominadas metrópoles que têm uma maior projecção e notoriedade a nível internacional, de seguida as cidades de média dimensão, nomeadamente as que possuem um elevado número de recursos históricos e culturais e por fim, as cidades de pequena dimensão que possuem nos seus centros turísticos fortes capacidades de atractividade e captação de turistas.

Tomemos o exemplo da cidade de Coimbra (que será a cidade seleccionada para o estudo de caso), que é uma cidade de média dimensão que possui uma boa atractividade e especialização turística. Pode ser considerada como um pólo turístico regional, com alguma capital idade visível no seu centro histórico de relevante importância bem como dos seus vários recursos turísticos (Brito, 2003).

Concluindo este capítulo, pode-se reter a importância da actividade turística no desenvolvimento urbano. Com base neste contexto, é necessário investir pode ajudar muito, as cidades, no seu crescimento sustentável.

### **3.4. ) O turismo como via de engrandecimento de cidades**

Nas cidades de pequena ou média dimensão quais serão as estratégias que lhes conferem maior distinção e competitividade?

Segundo D.Bell e M. Jayne (2006), citado por Gomes (2012), os dois elementos fundamentais são a cultura e a criatividade, que devem ser incluídos em todos os programas e discursos políticos para o desenvolvimento e reforço da competitividade de uma cidade.

E como se devem alienar essas estratégias? Devem ser feitas com vista a atrair a população urbana (pessoas que residem na cidade) mas também para os visitantes e turistas que cada vez mais procuram espaços de lazer e entretenimento. Aliados a uma oferta cultural e histórica que pretendem ter nas suas viagens.

Actualmente, o turismo é considerado como uma das principais vias de engrandecimento das cidades devido à sua elevada capacidade de expansão e efeito multiplicador.

Este interesse tem-se revelado através do interesse que os agentes económicos locais têm demonstrado no seu desenvolvimento em cidades de média dimensão. Assim, de acordo com Ferreira e Gomes (2012), vê-se no turismo uma via competitiva e dinâmica capaz de remodelar e recuperar a imagem e notoriedade de uma cidade.

Por conseguinte, actualmente, " o turismo contribui para a re-territorialização espacial dos lugares" (Chang, 2006,citado por Gomes, 2012, p.7),isto é, este pode tornar os lugares maiores do que geograficamente o são. Para tal, todo o processo de re-territorialização deve ser desenvolvido por consultores e promotores turísticos com vista à diferenciação das cidades, potenciando as suas características junto do público-alvo.

Por fim, segundo esta óptica, a grandeza das cidades deverá ser medida por referência ao seu potencial de oferta de experiências e serviços turísticos no mercado, mas também pela criatividade dos atores que se entregam à construção de narrativas e imaginários urbanos aliantes e, por fim, pela sua reputação, ou seja, pelo reconhecimento do valor simbólico que lhes é atribuído pelos turistas (Gomes, 2012, p.8).

Em suma, apesar da actual crise económica mundial, o turismo continua a ser uma actividade em desenvolvimento sendo encarado em várias cidades como uma oportunidade de alavanco económico: este facto pode ser comprovado pela forma como os locais têm utilizado os seus elementos turísticos para promover a sua imagem e competitividade (Gomes, 2012).

O turismo é hoje um sector que gera múltiplos benefícios, daí o seu efeito multiplicador, destacando-se a revitalização e desenvolvimento social e económico de espaços urbanos que sendo bem aproveitados, tornam-se locais muito competitivos e diferentes de todos os outros (Gomes, 2012).

### **3.5.) Cultura: o seu papel nas cidades**

Actualmente, assiste-se a uma tendência para o papel desempenhado pelas cidades no desenvolvimento e aposta em actividades e experiências de âmbito cultural. Por consequência, este produto denominado cultura está cada vez, mais associado às cidades e aos seus negócios.

De acordo com alguns autores, destacando-se Scott, citado por Connor.et.al. (2005), a cultura e a economia têm vindo a tornar-se um enorme símbolo de desenvolvimento nas cidades, mostrando-se como fortes vantagens para a dinamização e crescimento dos espaços urbanos, com uma nova hierarquia de mentalidades, opções e exigências.

É um facto que as actividades inseridas num contexto urbano foram mudando, especialmente, na substituição da quantidade pela qualidade, como preferência de consumo. Assim, as exigências alteraram-se, sendo que, hoje em dia, voltam-se para a aquisição de produtos e serviços bons e com qualidade, que, na sua maioria, se encontram nas cidades.

Por conseguinte, de acordo com Evans, (2001), assiste-se a uma transição no modo de produção e que pode definir dois aspectos importantes sobre a relação existente entre a cultura e a competitividade urbana. A primeira engloba as vantagens dessa competitividade que está cada vez mais presente actualmente, que pode ser obtida pela exploração e desenvolvimento de projectos e infra-estruturas culturais como museus, galerias, instituições culturais ou também a criação de projectos de grande notoriedade como as capitais da cultura ou do desporto com inúmeros eventos que permitem dar maior visibilidade às cidades que os acolhem.

A segunda foca as indústrias culturais e criativas que são cada vez mais exploradas (Connor. et al, 2005).

Como tal, e para finalizar, há que acompanhar essa transição decorrente da cultura e da competitividade urbana.

#### **3.5.1.) Importância dos projectos culturais para a regeneração urbana**

Como foi referido no excerto anterior, cada vez é maior o número de projectos culturais de elevada notoriedade que são desenvolvidos com vista a aumentar a visibilidade e atractividade da cidade que os acolhe.

Os modelos originais deste tipo de projectos foram desenvolvidos nos Estados Unidos da América envolvendo parceiros público-privadas que procuraram desenvolver áreas com variadas atracções e com facilidades culturais (tais como a existência de museus, galerias, bons acessos, entre outros factores) (Connor, 2005).

Todavia, temos vários exemplos de projectos desta envergadura, como é o caso da França, na cidade de Paris, ou em Espanha, na cidade de Barcelona, com a criação de grandes projectos

culturais que foram acompanhados pela criação de infra-estruturas adequadas para tais projectos. Um dos melhores exemplos deste tipo de iniciativas foi o museu de Guggenheim, em Bilbao.

Contudo, segundo O'Connor (2005), nem todos os projectos conseguiram obter o mesmo sucesso, sendo alguns alvo de várias críticas. De acordo com O'Connor (2005, p.139), *prestige city centre projects often generate few well-paid jobs for local residents in adjacent, high unemployment, and can exaggerate the gap between city centre cultural provision for middle-class consumption.*

Um dos exemplos de projectos culturais com grande notoriedade que têm sido feitos nos últimos tempos, são as Capitais da Cultura.

Depois da elaboração de vários projectos culturais nas cidades, e consecutivamente da criação de várias infra-estruturas da mesma ordem, também os eventos, e festivais culturais começaram a ganhar maior destaque na competitividade intercidades. A competitividade para adquirir o título de capital europeia da cultura acentuou-se.

Desde a nomeação de primeira capital da cultura em 1985, em Atenas, a competição tem-se tornado cada vez mais intensa com a criação de programas culturais mais variados e dinâmicos (Syoholt, 1999, citado por O'Connor, 2005).

O exemplo de Glasgow como capital da cultura representou uma tentativa de renovação de diversas áreas da cidade, transformando-se assim a sua imagem internacional.

Esse ano contou com um vasto programa de eventos que ganhou um grande crescimento na área da publicidade, turismo e emprego. No entanto, este projecto também teve os seus problemas, mais concretamente, no que diz respeito à estratégia adaptada do uso da cultura. Vários foram aqueles que contestaram o seu desagrado argumentando que esse ano da cultura perdeu a oportunidade de desenvolver mais a cidade e as suas tradições. Todavia, várias análises também comprovaram os benefícios económicos a curto prazo gerados pelo projecto.

Perante isto, é preciso ver o projecto "capital da cultura" como algo credível e sustentável, com base em objectivos realizáveis e duradouros (feitos a longo prazo). Então, talvez, seja preciso apostar mais num aumento da variedade cultural aliado a um conjunto vasto de tradições culturais locais em vez de investir no consumo massivo e excessivo da cultura (O'Connor, 2005).

Segundo, O'Connor (2005), em 2002, várias cidades britânicas competiram na selecção da capital da cultura para o ano 2008, sendo o critério pedido: um ano com um programa de eventos onde se podia tomar conhecimento de uma visão geral da cidade, envolvendo um grande número de pessoas e visitantes locais, conectar com outros eventos em outros países europeus onde existisse um grande impacto internacional, entre outros critérios.

Todos os documentos da candidatura sugeriam que as cidades aprendessem com essas experiências para que depois tentassem fazer programas mais sustentáveis e credíveis, com

maior distinção e qualidade (O'Connor 2005).

Assim, pode-se perceber o papel fundamental das infra-estruturas culturais, públicas ou privadas; programas e eventos culturais que reflectem uma concepção da cultura como um aspecto distinto e separado da vida urbana bem como uma demonstração da mudança presente nas cidades que não são espaços de produção, mas principalmente espaços de consumo. Concluindo, o desenvolvimento das infra-estruturas culturais deve identificar-se com uma sociedade justa, coesa e cívica e que esteja interessada no usufruo dessas mesmas atividades. (O'Connor, 2005).

### **3.6.) Indústrias culturais nas cidades: que futuro podem ter?**

As indústrias culturais têm potenciado o seu destaque no mundo cultural, sendo vistas, como um conjunto de novas possibilidades no campo da indústria e economia das cidades (O'Connor,2005). Estas têm vindo a ser consideradas como uma nova fonte de trabalho assim como exemplos brilhantes que demonstram como a nova economia deve estar organizada. Como tal, as cidades estão a começar a juntar os seus problemas de promoção e conhecimento industrial intensivo em conjunto com políticas culturais conduzidas por especialistas nessa mesma área de conhecimento (segundo Scott, 2000, citado por O'Connor,2005.).

Este tipo de indústria emergiu de uma forma rápida na economia desde 1970 (O'Connor.et.al.,2005).

De acordo com Hesmondhalgh (2002), citado por, O'Connor. 2005, pg.143), a razão deste crescimento está associada a alguns motivos tais como " the forces of globalization, corporate restructuring, the emergence of new technologies, and changes in government regulation" . Por conseguinte, o que se destaca em várias das indústrias culturais é a sua capacidade de inovação, novas tecnologias, a aposta numa forma de marketing: uma estrutura organizada que combina a capacidade de criatividade e inovação com a rapidez e eficácia da produção e circulação do produto. De acordo com O'Connor (2005, p.143), " the job market is also characterized by high levels of temporary and part -time employment for most creative works". Assim, tal afirmação comprova a crescente importância da inovação, profissionalismo e criatividade que é exigida, atualmente, em qualquer mercado de trabalho.

Ainda neste contexto, a competitividade das indústrias culturais na cidade, não pode ser medida apenas pelo uso de recordes a nível de emprego, receitas geradas, ou qualquer outro indicador económico (O'Connor 2005).

Estas indústrias culturais oferecem à cidade um conjunto de vários elementos simbólicos e culturais distintos (Bordieu, 1984, citado por O'Connor.et.al, 2005), na medida em que estas promovem uma imagem de criatividade e inovação, dinamismo e mudança que é muito atractiva para potenciais investidores ( Castells,1992), citado por,O'Connor ( 2005).

Por conseguinte, graças ao papel das indústrias criativas, as cidades tornaram-se locais de

eleição, como " places to be seen" (O'Connor. 2005, pg.145), tornando-se muito atractivas e com grande visibilidade.

Sob o ponto de vista de O'Connor (2005, p.145), " this contribution that cultural industries make to the feel of the city, though difficult to quantify, cannot be underestimated".

Para os diversos produtores, este sentimento, é sem dúvida, uma característica intangível com uma grande importância que pretende enraizar um estilo de vida mais cultural e criativo, em conjugação com um espírito mais aberto da sociedade inserida nessa cidade (O'Connor, 2005).

Para os consumidores culturais, este tipo de cidades, é descrita como tendo uma atmosfera positiva, com diversos e diferentes actividades de entretenimento que podem ser realizadas de diversas formas no tempo livre (Hannigan, 1998, citado por O'Connor, 2005).

Também têm sido vistas como uma forma inovadora estabelecida nos relacionamentos entre trabalhadores que devia ser mais adoptada por vários sectores industriais.

Esta forma envolve a comunicação, cooperação, resolução de problemas, correr riscos, ter flexibilidade e criatividade. Tais símbolos devem também ser usados nas cidades criativas.

Isto significa que no futuro, as cidades mais bem-sucedidas, serão aquelas que encontrarem formas de aproveitar a criatividade cultural que pode ser encontrada nas indústrias culturais e em todos os sectores económico, social e administrativo (Fortuna, 2022).

De acordo com Fortuna e para finalizar (2002,pg.141), " é preciso fazer das nossas cidades algo politicamente criativo e cultural, e socialmente sustentável", isto é, construir uma cidade que potencie os seus atuais pontos fracos e que valorize ainda mais os seus pontos fortes, que seja criativa, ecológica, multicultural, diversa, justa e essencialmente, bonita.

### **3.7.) Políticas culturais nas cidades: alguns pontos de vista**

De acordo com Négrier (2004), as comunidades atuais, constituem a sua principal intervenção em material cultural. Segundo este, os gastos feitos na cultura, podem dividir-se:

1. Produção artística (música, dança, espectáculo e teatro) com 18,9%
2. Conhecimento e ensino artístico com 17%
3. Bibliotecas e mediatecas com 16,5%
4. Animação cultural com 16,1%
5. Património e museus com 15,7%

Não obstante, acrescenta que outro aspecto caracterizador do nível de financiamento de políticas culturais é nos dado pela parte em que a cultura representa em termos de emprego: várias pessoas relacionadas com a cultura ocuparam uma % significativa nos dados de empregabilidade: professores, assistentes de conhecimento artístico e bibliotecas.

As políticas culturais de hoje em dia, são caracterizadas por uma maior

preocupação em satisfazer as preferências do público segundo um conjunto de estratégias culturais semelhantes (Négrier, 2004).

Relativamente aos locais das políticas culturais e à repartição de competências, nota-se:

1. Descentralização da cultura, que exige uma evolução das missões incumbidas ao Estado, e à reestruturação da sua intervenção. Muitas vezes, deparamo-nos com um estado desintegrado de certas áreas, portanto, há que fazer uma reflexão sobre a sua governança territorial, no que diz respeito à cultura (Négrier, 2004).
2. As políticas culturais, independentemente, do seu nível de actuação consistem na resposta e concretização de iniciativas e projectos feitos por profissionais e associações culturais (Négrier, 2004).

Além disso, segundo Coelho (1997), algumas das iniciativas que marcaram a abertura de Portugal a nível internacional foram:

- Europália em 1991
- Lisboa 94
- Presença de Portugal na feira do livro de Frankfurt em 1997
- Expo 98
- Aumento da formação na área
- Maior visibilidade de Portugal no estrangeiro
- Produção de materiais promocionais

As políticas culturais contemporâneas baseiam-se em políticas públicas, baseadas em contexto de reflexão social e institucional, isto é, “ elas são criadas ou extintas, amplificadas ou restringidas, modificadas ou continuadas, consoante tomadas de decisão a este respeito “ (Costa, 2011,pg.1).

De acordo com José Madureira Pinto, citado por Costa (2011), as políticas culturais incidem em cinco tipos de espaços culturais:

- O espaço da cultura, chamada ‘cultivada
- o espaço da cultura, das indústrias culturais, também relativo à ‘cultura de massas’
- Espaço das subculturas emergentes e dominadas (ex: artesanato tradicional ao urbano, grupos de dança, teatro, amador, e onde o associativismo, em várias formas, pertence)
- Espaço colectivo público (Ex: festa urbana, convívio, café, bar, discoteca)
- Espaço doméstico (práticas como ver televisão)

Todavia, este ainda acrescenta os modos de relação com os bens culturais, que também são diversos destacando-se:

- Criação cultural (agentes especializados e/ou atividades artesanais)



- Expressão cultural (situações de interacção e comunicação)
- Participação (acesso à cultura, visita a museus, festas, eventos culturais)
- Recepção da oferta cultural

Assim, existe um diverso modo de as pessoas se relacionarem com os bens culturais, formando um quadro dinâmico, diferenciado e complexo.

Não obstante, ainda dentro da área das políticas culturais, pode-se considerar os vários agentes que atuam nas actividades culturais. Do lado do estado, temos os agentes ao nível da organização e actuação, sendo que podem actuar a nível local, regional, estatal e intra-estatal. Quanto à sociedade, os agentes intervenientes, são as empresas culturais promotoras, as empresas de produção cultural, as associações de produção cooperativas, as instituições de parceria público-privada e por fim os agentes mediadores / amadores (Costa, 2011).

Segundo Silva, citado por Costa (pg.13), “ a tensão essencial da acção cultural não reside na dicotomia entre promoção pública e privada”. Muitas das actividades, feitas em Portugal, têm inserido vários tipos de agentes.

Muitas vezes deparamo-nos com uma lacuna no desenvolvimento social da cultura ( no qual existe uma simbiose e conexão entre o estado e a sociedade) que é essencial no seu consumo.

Ainda neste âmbito, de acordo com Santos (2001,pg.6), pode-se considerar cinco linhas de orientação para a promoção da participação na vida cultural sendo, “ a criação de mercados assistidos, estímulo às práticas amadoras, promoção de campanhas de sensibilização cultural e artística, criação de medidas especiais, desenvolvimento da formação artística”.

Em primeiro lugar, no estímulo às práticas amadoras, pretende-se o apoio às associações culturais.

De seguida, quanto à promoção de campanhas de sensibilização cultural e artística, deve-se fomentar a promoção da leitura e a diversidade das artes plásticas.

Em terceiro, deve-se criar condições para uma maior acessibilidade económica, com a redução de preços de acessos a museus, teatro, entre outros eventos. Só assim estarão reunidas condições favoráveis que promovam um aumento da participação da comunidade, em actividades culturais.

**PARTE II: ESTUDO DE CASO: COIMBRA 2003, CAPITAL DA CULTURA**

## **Capítulo 4: COIMBRA: BREVE CARATERIZAÇÃO**

### **4.1.) Coimbra: a Cidade dos Estudantes**

Coimbra, a “Lusa Atenas”, é uma das mais míticas e lendárias cidades portuguesas (Fortuna e Peixoto; 2002: pg. 28). Foi nela que muitos poetas e escritores portugueses ilustres viveram tais como Miguel Torga, Camões, Eça de Queirós, entre outros. Como tal, Coimbra é uma cidade repleta de história e misticidade.

Segundo Fernando Namora (1943) citado por Fortuna e Peixoto (2002: pg. 28), “ ‘ Coimbra é uma cidade de grandes tradições: históricas, políticas, culturais, literárias, populares ` “, acrescentando que “ ‘ não houve no nosso país revolução política ou movimento cultural que não encontrassem entre os estudantes de Coimbra apoio ou reflexo ` “.(Fortuna e Peixoto, 2002, pg.28).

Uma das mais importantes tradições da cidade, é, por exemplo, o Fado de Coimbra, que constitui um elemento muito peculiar da história da cidade e criador de personagens históricas que identificam e que se tornaram símbolos desta. É também a cidade onde se guardam as lendas da Rainha Santa Isabel e os amores de D. Pedro e D. Inês como também a “Cidade do Mondego”.

Contudo, não poderia faltar o simbolismo que a Universidade de Coimbra exerce sobre a cidade sendo um elemento extremamente importante na representação e identidade da cidade. De acordo com Fortuna e Peixoto (2002: pg. 29), a sua presença secular deixa uma marca indelével em todos os traços da cidade, desde os monumentos às personagens históricas passando pelo ritmo da própria cidade, os seus modos de vida mais característicos e específicos, sua estrutura económica e os episódios da história local.

São vários os símbolos que definem a cidade: a Torre da Universidade, a Biblioteca Joanina, a Sala dos Capelos e os edifícios universitários são símbolos muito populares na cidade. Quanto aos monumentos, mais propriamente igrejas (que não estão directamente ligados com a Universidade), a cidade distingue-se pelo esplendoroso Mosteiro de Santa Cruz, onde jazem os dois primeiros reis de Portugal; a igreja Sé Velha que representa muito bem a arquitectura românica em Portugal; o Convento de Santa Clara a Nova onde repousa a padroeira e personagem histórica da cidade Rainha Santa e por último a Sé Nova que faz parte do primeiro colégio criado pelos jesuítas em todo o mundo (Fortuna e Peixoto; 2002).

Todavia, a cidade é reconhecida sobretudo pela sua historicidade que segundo Fortuna e Peixoto (2002: pg. 29-30), “ rememora, através dos seus monumentos, algumas das personagens, dos acontecimentos, das lendas e dos actos heróicos do país”. Um outro símbolo da cidade são os

estudantes. Ainda que muitas outras cidades se constituam por estudantes, Coimbra é, por excelência, “ ‘a cidade dos estudantes ’” ou a “ a cidade dos doutores “, comprovando-se pela imagem tão célebre das capas e batinas dos estudantes que simbolizam e distinguem a cidade de Coimbra de todas as outras.

Também a Associação Académica de Coimbra, (A.A.C), se define como um elemento que define a cidade assim como a sua comunidade estudantil tendo sido construída pelas várias gerações de estudantes universitários que foram passando pela cidade e que lhe deram vida e história (Fortuna e Peixoto: 2002). O próprio ritmo da cidade está condicionado ao calendário académico com a presença ou ausência dos estudantes bem como das festas académicas. Tendo-se como exemplo a festa da Queima das Fitas que movimenta toda a cidade na principal semana académica que decorre no início do mês de Maio.

Coimbra também tem uma imagem de cidade contestaria e reivindicativa marcada pela luta constante na história da Academia e pelo símbolo de projecção nacional e internacional, “ a Briosa”, que, no mundo lusófono, (Brasil, Cabo Verde, Moçambique e Timor), inspirou muitos clubes de futebol que vestem de negro e a quem, na gíria, se chama estudantes (Fortuna e Peixoto, 2002).

Por último, está a imagem dual e dividida da cidade que também se define como um símbolo identitário estando dividida entre a Universidade (que ocupa o topo da colina) e a Baixa Popular (ligada ao comércio e aos serviços). Mas também o “Bazófiás” serve como símbolo divisor da cidade delimitando a margem direita e esquerda (muitas vezes esquecida). Quanto ao aspecto social, a cidade permanece dividida entre os “ Doutores e Futricas” que caracterizam bem a hierarquização da cidade (Fortuna e Peixoto, 2002).

Concluindo, apesar da sua dualidade, Coimbra é também representada por uma cidade de passagem em que se fica por uns anos até à conclusão dos estudos impondo a sua marca “ ‘Coimbra tem mais encanto na hora da despedida’” (Fortuna e Peixoto: 2002; pg.31).

#### **4.2.) Breve caracterização da população e território urbano da cidade de Coimbra**

A cidade de Coimbra, é considerada, uma cidade de média dimensão, a nível nacional, sendo a principal cidade da região centro, capital do seu distrito (Fortuna et al., 2012).

Possui 17 concelhos e 31 freguesias.

A nível populacional, actualmente, conta com 143 000 habitantes, tendo sofrido uma perda entre a década de 2000 e 2013 (de acordo com dados do INE, em 2011, citado por Fortuna et al., 2012).

Relativamente à população residente na cidade de Coimbra, de acordo com dados do INE, referentes a 2001, a cidade conta com muita população jovem, sendo que 43,5% de indivíduos da cidade tinha até 34 anos, contrariando os 27,6% da população com mais de 55 anos (Fortuna et al., 2012).

Embora se tenha registado uma diminuição da população jovem nas últimas décadas na cidade (devido à desistência dos estudantes nos estudos e também pelo agravamento da crise económica), esta camada social continua a ter grande peso na cidade.

A nível da educação, a cidade apresenta um nível de instrução bastante polarizado, entre um nível de instrução muito baixo (cerca de 28,4% possui o primeiro ciclo do ensino básico em 2001), ou um nível muito elevado (23,1% atingiram o ensino superior) (de acordo com dados do INE, citado por Fortuna et al., 2012.). É de notar que o centro histórico da cidade, onde se situam, as principais faculdades, destaca-se pelos níveis elevados de instrução dos que nele habitam.

A nível territorial, a cidade é marcada pela “ dualidade bem vincada, entre a alta e a baixa” (Fortuna et al., pg. 41).

Por um lado, a baixa é a zona da cidade onde predomina a zona comercial e o sector dos serviços e por outro lado, a zona da alta é onde se situa a universidade, sendo que a zona da baixa é pouco habitada como área residencial comparativamente à zona da alta que regista um grande número de edifícios de ordem residencial.

Estas zonas são habitadas, maioritariamente por jovens estudantes universitários. No entanto, também se verifica uma percentagem bastante expressiva dos idosos que também residem nessas zonas.

Em suma, a cidade, além da universidade, é marcada pelo comércio tradicional, pelo sector do turismo (com actividades de alojamento e restauração), pelos serviços sociais e pessoais, pelas empresas, pela saúde e acção social. Actualmente, a educação e a saúde são as que têm mais peso, contrariando a actividade industrial que diminuiu bastante (Fortuna et al., 2012).

#### **4.2.1.) Caraterização económica da cidade**

Coimbra, não é, como a maioria das cidades modernas, uma cidade virada para a indústria. Esta vive mais do comércio e dos serviços. (Fortuna et al., 2012).

No turismo, merece destaque “ as actividades de alojamento e restauração (...), e as actividades administrativas e de serviços de apoio, onde se incluem as actividades das agências de viagem, operadores turísticos e outros serviços de reserva (Fortuna et al., 2012, pg.45). Segundo dados

estatísticos do INE, referentes a 2011, 418 estabelecimentos hoteleiros constituíam a região centro, sendo que 22, eram do concelho de Coimbra.

<b>Indústria do Turismo</b>	2006	2008	2010
<b>Hotéis</b>	9	9	9
<b>Pensões</b>	14	13	12
<b>Outros</b>	1	1	1
<b>Dormidas</b>	347 644	346 160	365 465
<b>Hóspedes</b>	232 629	230 409	240 779
<b>Estada Média</b>	1,4	1,5	1,5

Tabela 3: Número de estabelecimentos hoteleiros entre 2006 e 2010

Fonte: INE (2011) Anuário Estatístico da Região Centro

<b>Indicadores do Turismo</b>	Norte	Centro	Baixo Mondego	Coimbra	Lisboa	Alentejo	Algarve
<b>Estabelecimentos hoteleiros</b>	441	418	54	22	313	157	412
<b>Estada média</b>	1,7	1,8	1,7	1,5	2,2	1,7	4,6
<b>Dormidas (n)</b>	4 437 756	3 884 548	6 464 74	365 465	8 620 423	1 172 558	13 247 450
<b>Hóspedes (n)</b>	2 545 911	2 154 941	382 805	240 779	3 940 314	697 477	2 874 136
<b>Dormidas (Julho-Setembro)</b>	34,6	37,0	39,1	34,3	34,3	36,9	46,9

Tabela 4: Indicadores de turismo das várias regiões do país referentes a 2011

Fonte: INE (2011) Região Centro

Estes indicadores do turismo, nomeadamente, para o concelho e cidade de Coimbra, revelam, que apesar de ter algum impacto económico, não é o sector predilecto nesta região.

De acordo com os dados da tabela apresentada, a cidade de Coimbra revela dificuldades na fixação de hóspedes, ficando abaixo da média dos valores das Nute II do continente, relativamente à estada média nos estabelecimentos hoteleiros (Fortuna et al., 2012).

De acordo com Fortuna et al, (2012, pg.45), mesmo quando comparada com outras cidades médias portuguesas, com pretensões idênticas de consolidação das suas imagens mais atractivas e de

fortalecimento dos seus perfis turísticos, como sejam Aveiro, Braga, Guimarães ou Évora, a cidade de Coimbra, está em desvantagem no que respeita à fixação mais longa dos visitantes.

Tomemos o exemplo da cidade de Guimarães, Évora e Aveiro que possuem uma estada média entre 1,6 e 1,8 dias contra 1,5 de Coimbra.

Todavia, de acordo com Fortuna et al (2012), a cidade de Coimbra, possui bons indicadores turísticos no que diz respeito ao número de estabelecimentos hoteleiros, hóspedes e dormidas no seu concelho. Assim, há alguns indicadores que se sobrepõem à cidade, em relação às restantes cidades mencionadas.

Neste sentido, apesar de possuir algumas fragilidades na diminuta percentagem de actividades turísticas na cidade e como tal, na sua contribuição para a economia, o turismo deve continuar a ser um aspecto muito importante que deve ser incorporado nas políticas da cidade, e na percepção dos seus agentes económicos. (Fortuna et al., 2012).

#### **4.2.2.) Fluxos turísticos na cidade de Coimbra: breves considerações**

Quanto aos fluxos turísticos destaca-se a parte alta da cidade que é um dos principais pólos de atracção da mesma devido à sua notoriedade e visibilidade inerentes à Universidade, pois “apresenta um perfil turístico estruturado em torno da associação entre o património histórico, monumental e cultural universitário” (Fortuna et al., pg.50). Assim, o seu movimento turístico é voltado para o centro histórico da cidade, onde se procura o património histórico da cidade, monumental e cultural da cidade.

Segundo Fortuna et al. (2012), relativamente à organização da visita, os turistas preferem um padrão autónomo, em vez de um grupo. Normalmente planeiam a visita de uma forma autónoma, não sendo frequente o recurso a serviços de agências de viagens. Ainda neste contexto, as visitas, são realizadas na sua maioria por grupos pequenos de familiares, amigos, entre outros, sendo poucos os que a visitam sozinhos.

Ainda segundo Fortuna (2012, pg.61), o carácter relativamente mais individualizado deste tipo de procura turística permite um espaço de manobra razoável para a intervenção local dos promotores e agentes turísticos, encarregues da política e oferta cultural e turística da cidade, o que acaba por favorecer a cidade nesse aspecto.

Como já foi referido anteriormente, a estadia dos visitantes, na cidade de Coimbra, é de curta duração, sendo que é uma “tendência típica do turismo urbano, cultural e patrimonial, sobretudo quando este é direccionado a cidades de pequena e média dimensão”( de acordo com Fortuna et al, 2012, pg.45).

**4.2.3.) Diagnóstico da situação turística actual na cidade****Potencialidades**

<b>Alta da Cidade</b>	<b>Cidade de Coimbra</b>
1. Universidade como elemento identitário e atractivo pela combinação de elementos culturais, históricos e patrimoniais usados actualmente na própria universidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principais elementos turísticos atractivos: Universidade, Centro Histórico, Portugal dos Pequenitos, Fado, Sé Velha, Mosteiro de Santa Clara</li> </ul>
2. Vários elementos atractivos da Alta: Biblioteca Joanina, Torre da Universidade, Sala dos Capelos, Sé Velha, Museu Machado de Castro, Museu da Ciência, Jardim Botânico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cidade com características muito próprias e peculiares que a tornam reconhecida em todos os mercados turísticos</li> </ul>
3. A alta da cidade, “ é um produto histórico, naturalmente forte e valioso, sem necessidade de esforço promocional “ (Fortuna et al, pg.104)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cidade repleta de símbolos e misticismo: tomemos como exemplo a história de D.Pedro e D.Inês simbolizada no Hotel da Quinta das Lágrimas, padroeira Rainha Santa Isabel e a antiguidade da Universidade</li> </ul>
4. É um dos pontos turísticos de referência em Portugal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fado como um símbolo de enorme atractividade</li> </ul>
5. Atractividade de turistas jovens, que estão a iniciar a sua carreira profissional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importante agenda cultural</li> </ul>

Tabela 5: Potencialidades turísticas da cidade de Coimbra

Fonte: A cidade e o Turismo, “ Imagens e Narrativas da cidade no mercado turístico”.



**Constrangimentos**

<b>Alta da Cidade</b>	<b>Cidade de Coimbra</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O turismo da zona alta da cidade é apenas direccionado em torno da universidade o que leva a uma diminuta exploração e desenvolvimento de todos os outros elementos turísticos presentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos humanos e responsáveis na área do turismo no que diz respeito à promoção da cidade (como mapas, guias, filmes, flyers)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraca requalificação urbana, social e económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de iniciativas que desenvolvam actividades de animação na cidade</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poucas facilidades de acesso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte dependência da Universidade, visto por muitos, o único elemento atractivo da cidade</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Défice económico local</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro histórico pouco dinamizado e funcional</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausência de espírito empreendedor na área da hotelaria e restauração, e insuficiente desenvolvimento e dinamização turística na cidade.</li> </ul>

Tabela 6: Constrangimentos turísticos na cidade de Coimbra

Fonte: Fonte: A cidade e o Turismo, “Imagens e Narrativas da cidade no mercado turístico”.

**4.2.4.) Possíveis mudanças no paradigma turístico actual da cidade**

A cidade de Coimbra, como qualquer outra cidade, possui inúmeras potencialidades bem como pontos mais fracos que necessitam de ser optimizados.

Em seguida, são enumerados alguns aspectos relevantes, que de acordo com o estudo feito até então, se pensa ser importante desenvolver.

Relativamente à Alta da cidade, com a sua declaração a Património Mundial pela Unesco, deve-se apostar mais na exploração turística. Tomemos o exemplo do museu Machado de Castro, que vive muito à sombra da Universidade, e que precisa de ser visto isoladamente, como um elemento turístico de grande atractividade na alta da cidade. Por fim, para que todos os trabalhos sejam realizados, com sucesso, a cidade tem de possuir uma política de informação e promoção turística melhor, envolvendo a população local nessa mesma política (Fortuna, 2006).

Ainda neste contexto, o desenvolvimento de indústrias culturais também será um aspecto relevante a considerar, promovendo de forma activa o turismo e a cultura e combatendo a escassez de indústrias na zona. Visto que o centro histórico da cidade é o motor de atractividade desta, é necessário apostar em acções de conservação e revitalização dessa zona, bem como uma aposta mais forte da promoção da mesma (Fortuna, 2006).

Por conseguinte, para uma melhor mobilidade e conhecimento da cidade, é importante apostar numa dinamização mais forte dos circuitos turísticos e dos meios de transporte também eles turísticos, pois eles são fundamentais para o sucesso da visita à cidade.

Igualmente interessante, será a aposta no turismo de negócios (que tem ganho grande destaque nos últimos tempos em cidades do género e dimensão de Coimbra), com a criação e desenvolvimento de centro de congressos, gerando empregos, mais turistas e mais oferta.

Por último, a cidade tem de reorganizar a sua imagem e credibilidade perante o país e o mundo, tornando-se um destino mais competitivo, diferente, distinto e fortemente atractivo, sabendo otimizar os seus pontos fortes e combatendo os seus pontos fracos.

#### **4.3.) Evento: Coimbra 2003, Capital da Cultura: pré, durante e pós-evento**

##### **4.3.1.) Caraterização de cidade da cultura**

Como se tem vindo a observar, as políticas culturais acompanhadas da realização de projectos culturais têm adquirido uma grande afluência no âmbito estratégico de desenvolvimento e revitalização de cidades. No entanto, perante um mundo cada vez mais globalizado e competitivo, torna-se fundamental adoptar um método de desenvolvimento urbano que seja sustentado de uma forma criativa e arrojada. Com efeito, as indústrias e projectos urbanos devem ser culturais e criativos (Correia, 2010).

É neste contexto, que surgem os eventos culturais que se constituem “ como instrumento capaz de melhorar a imagem da cidade, atrair turistas, aumentar o retorno económico, assim como a qualidade de vida e a coesão social” (Correia, 2010, pg.1).

As capitais da cultura estão inseridas neste tipo de eventos referidos: constituem eventos especiais, ambicionados por várias cidades que pretendem aproveitar o acontecimento para se desenvolverem e revitalizarem.

Neste sentido, será abordado o evento Coimbra 2003, Capital da Cultura, iniciando a análise por uma breve abordagem à contextualização pré-evento.

### **Coimbra pré- evento 2003**

No ano anterior, ao evento “Coimbra, cidade da Cultura 2003”, foram feitos vários projectos sobre aquilo que deveria ser feito, neste ano que se avizinhava ser tão importante para a cidade. Como tal, em vários desses projectos, e segundo Carlos Encarnação (presidente da Câmara Municipal de Coimbra, de acordo com o Diário de Coimbra, 2004), várias foram as iniciativas que seriam implementadas, destacando-se:

- Materialização mais notória de uma afirmação cultural de Coimbra feita pela qualidade, com base nos pontos fortes da cidade, valorizando-os e desenvolvendo-os;
- Maior conhecimento do centro histórico pela população que nela habita, aferindo as suas condições de vida e principais carências e dificuldades, combatendo-as, afincadamente. Combater, também, o difícil acesso ao centro histórico, com a circulação de autocarros eléctricos entre a baixa e a Sé Velha;
- Intervenções nas igrejas Santa Cruz, Sé Velha e Mosteiro de Santa Clara-a-Velha;
- Construção da Oficina Municipal do Teatro, onde se situa o Teatrão, a escola da Noite, o Teatro da Cerca de S. Bernardo, o Teatro Sousa Bastos;
- Pavilhão Hanôver, que viria a ser inaugurado em 2003, intitulado de Pavilhão Centro de Portugal;
- Abertura de um concurso para a nova imagem de Coimbra, acompanhada por uma campanha especial para o Euro 2004;
- Início da primeira fase do programa Polis;
- Estratégias futuras e projectos para desenvolver a médio e longo prazo: dois acontecimentos para 2012 (Capital Europeia da Cultura e a distinção pela UNESCO, de cidade Património da Humanidade). (de acordo com o Diário de Coimbra, 2003).

#### **4.3.2.) Principais iniciativas turístico-culturais na cidade, no ano do evento (ver anexo 10)**

Iniciava-se um ano muito importante para a cidade da cultura, com um evento de grande repercussão e visibilidade, que se esperava que ficasse na memória da cidade, da sua comunidade, e de todos os que a visitaram.

Consequentemente, logo no início de Janeiro, do presente ano, ainda antes da inauguração deste grande evento, foi feito o plano de orçamento para 2003, um ano, que como já foi referido, se esperava que fosse um sucesso para a cidade. De acordo com o Diário de Coimbra referente à primeira semana de Janeiro do ano 2003, foi aprovado com sucesso o plano e respectivo orçamento para esse ano. Como tal, este plano, apresentava compromissos feitos no passado, como a construção do estádio municipal, investimento nas áreas empresariais, de habitação, aumento da cultura, desporto, transportes, entre outros. Além disso, também constaria nesse orçamento, a adopção de estratégias de reabilitação urbana do centro histórico, melhoria das acessibilidades, trânsito, escolas, o evento Capital da Cultura, a construção do hospital pediátrico e a finalização da Ponte Europa.

Por conseguinte, foi logo a 9 de Janeiro de 2003, que se realizou na Casa Museu Bissaya Barreto, uma iniciativa, intitulada ‘escriticas’ que contou com 11 sessões no total, e cujo tema era a escrita feminina. Iniciava-se assim, o programa de Coimbra 2003, sendo um de muitos debates realizados que relatam a simbiose entre a escrita criativa e a escrita crítica (Diário de Coimbra, Janeiro 2003).

Este projecto, apesar de ter a sua actuação na cidade de Coimbra, também se desenvolveu em cidades e vilas próximas da Região Centro, como Montemor-o-Velho e a Figueira da Foz. Assim, ainda no mês de Janeiro, Montemor dá “as mãos” a Coimbra, com o desenvolvimento de um conjunto de iniciativas ligadas à música, teatro e gastronomia. (Diário de Coimbra, Janeiro 2003).

Assim, a 24 de Janeiro de 2003, dá-se a abertura oficial do evento, Coimbra Capital Nacional da Cultura.

Ainda assim, já no início deste grande ano, se registaram algumas lacunas, para este evento, que de certa forma, poderiam comprometer o mesmo. Destacava-se a inexistência de um grande auditório e uma área de exposições para receber eventos de grande escala na cidade.

Como tal, um dos projectos elaborados para esse ano, seria o Pavilhão Centro de Portugal, que se iria situar na margem esquerda do Rio Mondego, na área a sul do Portugal dos Pequenitos.

Por consequência, logo no início desta longa jornada, foram feitos vários comentários sobre as consequências, tanto positivas como negativas, em relação a este evento. De acordo com Carlos Encarnação (2003, pg. 7), no Diário de Coimbra referente ao dia 24 de Janeiro do presente ano, “a Câmara Municipal de Coimbra encara o evento como um veículo para afirmar a cidade a nível nacional e internacional”, sendo a cultura um dos elementos caracterizadores e mais importantes da cidade. Ainda segundo o mesmo, ‘este evento poderá fazer com que a cidade recupere a sua importância como centro da região centro, tendo este projecto um programa único e exemplar (...), capaz de promover a produção de bens culturais que podem projectar a

cidade no futuro`. Todavia, há que reconhecer que faltavam espaços culturais com dimensões e condições apropriadas à exigência e importância do evento.

No seguimento da breve descrição de algumas das iniciativas realizadas ao longo deste ano, segue-se, no dia 25 de Janeiro uma inauguração que contou com duas exposições, com a presença de Jorge Sampaio, Presidente da República, e com o Ministro da Cultura, na Casa da Cultura (Diário de Coimbra, Janeiro 2003).

Já em Fevereiro, deu-se a inauguração do centro de Artes Visuais, no Pátio da Inquisição, que contou com vários conceituosos fotógrafos nacionais e internacionais, que captaram vários momentos da história da cidade de Coimbra: momentos do quotidiano, paisagem urbana e social, a religiosidade, a vida universitária, entre outros. Assim, o CAV, marca o início de uma nova era para os encontros de fotografia (Diário de Coimbra, Fevereiro 2003).

Segundo Carlos Encarnação, este é, um excelente espaço como centro de artes `(Diário de Coimbra, Fevereiro de 2003, pg.4), sendo um projecto de grande notoriedade para a cidade.

Como já foi referido anteriormente, a inexistência de infra-estruturas para vários eventos gerava uma situação dramática, para tal ano com um evento tão importante para a cidade, por isso, esta, utilizou infra-estruturas que poderiam acolher actividades e iniciativas desenvolvidas no âmbito da capital da cultura. Tomemos o exemplo do auditório da ISEC, que acolheu dez meses de festa de guitarradas (primeiro festival da Guitarra na cidade). Seriam dez concertos com periodicidade mensal que pretendiam proporcionar a fruição de sonoridades da guitarra com a história musical da cidade, bem como a partilha de conhecimentos técnicos e experiências (de acordo com Rita Basílio no Diário de Coimbra, Fevereiro de 2003).

Esta utilização de espaços da cidade, para actividades e iniciativas, pretendia elevar essas mesmas infra-estruturas existentes a espaços de qualidade e excelência na cidade.

Ainda em Fevereiro, e prolongado por todo o ano 2003, se deu o projecto de renovação urbana e social da Baixa de Coimbra, sendo um assunto controverso, que suscitou múltiplas opiniões, e um longo prazo de remodelação e desenvolvimento. Nesse projecto, constava a criação de novas condições de habitabilidade e de comércio na zona da baixa de Coimbra. Iniciativa que tinham como ideia chave a transformação dessa zona, num local agradável, onde se podia viver com qualidade, bem como trabalhar e visitar.

Algumas das ideias passavam por dar melhores condições a pobres e reformados que viviam na Baixa, mantendo os serviços existentes e cuidando das lojas com maior tradição. Posteriormente, atrair novos moradores, como jovens casais (segundo Ana Margalho, no Diário de Coimbra referente a 18 de Fevereiro de 2003).

A 18 de Fevereiro, surgiu também outro projecto “ Passeios de Coimbra”, a 2 edição, que convidava a conhecer os mosteiros e conventos da cidade, incentivando os turistas a conhecer

melhor outros locais não tão divulgados na cidade.

A 21 de Fevereiro de 2003, seria também divulgada a apresentação de uma ópera referente a D.Inês de Castro, que iria desenvolver-se no Hotel da Quinta das Lágrimas, em Coimbra, no âmbito da capital da cultura.

No dia seguinte, elaborou-se o protocolo para a construção do futuro conservatório de Música, símbolo muito importante para a cidade, e para a cultura da mesma.

Ainda no presente mês, iniciou-se a divulgação de uma casa de fado denominada “ Capella”, cuja inauguração estaria prevista para Junho. Este local, visava conquistar o estatuto de “ ex-libris” da cidade, onde se levaria a canção de Coimbra a todos os visitantes e comunidade da cidade.

Em Abril, foram postos em prática vários projectos que levavam várias exposições às 31 freguesias de Coimbra, pretendendo estender o acesso à cultura de toda a comunidade, e assim dinamizar os grupos culturais (Diário de Coimbra, Abril 2003).

Ainda no mesmo mês, foi pensado um projecto de requalificação do Parque Industrial de Taveiro, cujo objectivo visava a melhoria da qualidade de vida dos seus utilizadores, tendo como pano de fundo uma preocupação ambiental. (Diário de Coimbra, Abril 2003).

No mês seguinte, como em todo o ano, deu-se ênfase à importância de renovação do centro histórico, com uma intervenção rápida e eficaz dos imóveis degradados. Sendo a baixa, um território determinante para a afirmação da cidade de Coimbra e da sua superior dualidade de vida e identidade, todas as intervenções públicas e privadas, como o metro ligeiro de superfície, Polis, cidade Sofia, rede viária e mobilidade foram inseridos neste projecto de posicionamento estratégico da mesma. (Diário de Coimbra, Maio 2003).

A 14 de Maio, o Eurostadium deu uma nova centralidade a Coimbra: projecto que seria realizado até 2005, com três piscinas, um pavilhão multidesportos, um parque de campismo e um centro comercial (Dolce Vita), dando a Coimbra uma nova centralidade e mais 2 mil postos de trabalho. (Diário de Coimbra, Maio 2003).

Dia 16 de Maio, também se procedeu ao encerramento e renovação do Museu Nacional Machado de Castro, com a renovação e construção de dois novos edifícios e recuperação total dos existentes. Também se iniciou a consolidação das estruturas do degradado Colégio da Trindade, que daria lugar ao centro de Estudos Europeus.

Promoveram-se também estratégias que visavam abrir o Jardim Botânico à comunidade e apostar nas visitas guiadas. Iniciou-se o planeamento da abertura do fórum Coimbra em 2005 e também a recuperação e reconversão do Convento de São Francisco, com a construção do pavilhão Relógio Sol a ser instalado num terreno anexo ao Portugal dos Pequenitos (Diário de

Coimbra, Maio 2003).

De 27 de Junho a 6 de Julho, foi organizada uma feira internacional do património histórico pelo ACIC (Associação Comercial e Industrial de Coimbra), devendo realizar-se de 2 em 2 anos, com o objectivo de promover a reabilitação do património histórico como área estratégica de iniciativa empresarial. Também a criação de um empreendimento comercial em Eiras, no Retail Parque com 13 lojas de grande dimensão, foi outro grande projecto neste ano (Diário de Coimbra, Junho 2003).

Em Junho, também se verificaram vários espectáculos, exposições e conversas do festival “lugar à dança”, no Quebra-Costas, bem como a feira medieval reconstruída a 14 de Junho (Diário de Coimbra, Junho 2003).

Também foi uma aposta na revitalização do Jardim da Sereia, para recuperar os visitantes perdidos, com toda a segurança, foi outro projecto, destinado aos espaços verdes na cidade.

Foram também iniciadas obras na porta especiosa da Sé Velha, bem como a constituição do “Coimbra i parque” (parque de inovação, ciência, tecnologia, saúde como sociedade comercial, sob a forma de sociedade anónima), tendo sede na Casa Aninhas, na Praça 8 de Maio, e que trabalhou na implementação, gestão e administração de parques industriais, científicos e tecnológicos e no apoio à actividade económica e empresarial da região. Desenvolver actividades, promover trabalhos de revisão, gestão e consultoria, estimular o desenvolvimento de processos de certificação ambiental e de qualidade, apoiar projectos de investigação e desenvolvimento de inovação tecnológica, organizar e coordenar programas de formação de recursos humanos, foram alguns dos objectivos a concretizar neste ano.

Por conseguinte, a 26 de Junho, foi realizada a inauguração do Pavilhão Centro de Portugal no Parque Verde do Mondego.

Também as obras do Polis referentes à alteração viária programada para a margem esquerda do Mondego fizeram parte de um projecto aliciante neste ano: este pretendia fazer a ligação entre a ponte Santa Clara e a avenida do Estado Universitário, sendo que a intervenção seria feita na área adjacente à Praça da Canção, onde seria construída uma piscina e a ponte pedonal de ligação das duas margens. Mais de 8 hectares de lazer e diferentes equipamentos. Este projecto teve como objectivos possibilitar uma visão mais agradável e mais ampla das duas margens e do rio; para ser um todo agradável para usufruo, lazer e circulação de toda a família; contando com zonas de restauração e esplanadas, um parque infantil e ateliers. A maior curiosidade foi para as Docas cujas zonas seriam também de restauração e lazer (Diário de Coimbra, Junho 2003).

A 5 e 6 de Julho organizou-se o primeiro festival aéreo com shows acrobáticos de pára-quedistas, baptismos de voo e exposições para dinamizar o Aeródromo Municipal Bissaya Barreto (Diário de Coimbra, Julho, 2003).

Em Agosto, mês que marca a época alta do turismo em Coimbra, começaram a elaborar-se algumas conclusões sobre a procura turística, num ano tão importante e simbólico para a cidade. Segundo Sousa Martins, (2003, Diário de Coimbra) a capital da cultura pouco ajudou. Coimbra incapaz de fixar turistas. Apesar do potencial, a oferta turística esgota-se num dia. Existiram várias oscilações sobre o turismo neste ano, mas segundo um breve inquérito elaborado a algumas unidades hoteleiras de Coimbra, e de acordo com o Diário de Coimbra referente ao mês de Agosto, concluiu-se que a cidade e a região não cativaram para temporadas turísticas e que continuavam apenas a ser zonas de passagem. Este é um dos maiores problemas que ainda hoje permanece, sendo a região centro uma das mais baixas dos pais no que diz respeito à e fixação de turistas, destacando-se apenas como zona de passagem. Todavia, o potencial turístico da região é muito grande. Mas falta definição e planificação. (Diário de Coimbra, Agosto 2003).

Assim, de acordo, com Sousa Martins (2003), o evento capital da cultura não foi capaz de atrair e fixar mais turistas na cidade por mais de um dia (Diário de Coimbra, Agosto 2003).

Também o projecto de assegurar a ligação entre a alta e a baixa de Coimbra, com a criação de pequenas viaturas eléctricas foi concretizado: este novo sistema de transporte eléctrico do centro histórico: ligação da Portagem à Sé Velha: Pantufinhas, que seria inaugurado a 8 de Setembro (Diário de Coimbra, Setembro 2003).

Em Setembro, a cidade contou com o Festival de Música Viva 2003, com vários concertos que pretendiam fomentar, divulgar e promover a criação musical contemporânea. De 16 a 21 de Setembro, realizaram-se os Encontros Mágicos, o maior encontro de magia a nível europeu, que contou com doze profissionais de origens distintas, dando vida a cerca de uma centena de espectáculos, que prometiam surpreender os públicos de todas as idades (Diário de Coimbra, Setembro 2003).

Vários foram os debates feitos ao longo do ano 2003, com vista a analisar e melhorar, se necessário, o programa desenvolvido para Coimbra em 2003. Segundo José Sasportes, (2003, pg.5), 'pretende-se agora, mantendo o apelo à participação dos agentes culturais locais (...) alargar o apelo à participação dos agentes culturais locais (...) alargar o espectro da análise (...), procurando situar a cidade de Coimbra no contexto nacional e internacional em que se insere' (Diário de Coimbra, Setembro 2003).

Todavia, como já tinha sido referido anteriormente, parece que a capital da cultura, não prestigiou o turismo da cidade. Segundo um gestor de uma unidade hoteleira em Coimbra, a situação turística da cidade passava por uma baixa % de procura turística, o que levava a que várias unidades hoteleiras aceitassem grupos na época alta. Ainda acrescentou, que o ano 2003 foi o segundo ano consecutivo onde se verificou uma estagnação na procura turística na cidade



(de acordo com o Diário de Coimbra 2003, relativo ao mês de Setembro).

O espectáculo dos Rolling Stones foi o evento do ano 2003, capital da cultura: foi um sucesso, enorme agitação na cidade, segurança controlada, com 4500 pessoas. (de acordo com o Diário de Coimbra 2003, relativo ao mês de Setembro).

A 4 de Outubro, um novo evento: Coimbra Vibra com espectáculo dirigido por Murray Shafer, cujos preparativos demoraram um ano e que contou com quase um milhar de músicos que marcam encontro com Coimbra: representavam coros, bandas, filarmónicas, orquestras, grupos etnográficos, classes de formação musical. Em comum tinham a música e a presença num dos momentos mais significativos da capital da cultura. Juntos prometiam construir um fim de tarde/noite inesquecível em Coimbra. Tomemos o exemplo dos Legendary Tiger Man, Orfeon Académico de Coimbra, Conservatório de Música de Coimbra, grupo etnográfico, cantares e danças de Assafarge, coro misto da U.C., associação recreativa e musical de Ceira, orquestra pitagórica, coro de profissionais de Coimbra, entre outros. Com a participação de mais de 1000 músicos e 500 crianças das escolas de Coimbra, o maior evento musical produzido pela capital da cultura decorreu em percursos que atravessavam a alta e a baixa, representando uma nova maneira de viver a cidade (Diário de Coimbra, Outubro 2003).

Em Novembro, John Mayall subiu ao palco no TAGV: considerado um dos expoentes máximos da música britânica, quer como instrumentista, quer como criador. Também a 11 de Novembro, o segundo empreendimento Coimbra Retail Park, abriu portas ao público, com onze lojas representadas por marcas bem conhecidas do público (Diário de Coimbra, Novembro 2003).

Por fim, em Dezembro, realizaram-se um conjunto de iniciativas que encerraram o ano de Coimbra, como capital da cultura (Diário de Coimbra, Dezembro 2003).

Em suma, em um ano dedicado à cultura e a todos os elementos a ela associados, a cidade ofereceu uma ampla oferta cultural, com inúmeros espectáculos e actividades diversificadas, que pretendiam captar novos públicos e dar uma nova imagem a Coimbra. Diluíram-se no tempo, segundo uns, criaram-se novos públicos, argumentam outros. O facto, é que o evento Coimbra 2003, capital da cultura, deixou marcas e ficará sempre na história da cidade. Apesar de várias falhas e lacunas, vários foram aqueles que reconheceram, que em nenhum ano como este, houve tanta oferta cultural na cidade (ver anexos).

#### **4.3.4.)Algumas considerações sobre o pós-evento: “Coimbra 2003, e depois da festa?”**

Este foi o título de várias declarações e opiniões feitas pelo grupo da cultura do conselho da cidade de Coimbra, no Diário de Coimbra, pós evento 2003 (Diário de Coimbra, Janeiro 2004).

Iniciando a apreciação global deste evento, pretende-se caracterizar as duas formas de produção cultural e programação, isto é, a quantidade e qualidade dos espectáculos no qual se pretende reafirmar a cidade como um pólo cultural de referência. A primeira atitude, é do cidadão querer ter e usufruir de uma grande oferta cultural, sem estar interessado no local onde este ocorre, nem na sua estruturação cultural e artística, isto é, apenas pensa nos seus interesses individuais, em detrimento do desenvolvimento da cultura da cidade. A segunda atitude, vai muito para além do que foi referido na primeira atitude. O cidadão não se satisfaz apenas com a oferta cultural que dispõe, pois dá bastante importância a vários pormenores intrínsecos a todo o evento, como a programação local, estruturação do mesmo, ou seja, o cidadão actual quer fazer parte do desenvolvimento da cidade e da sua cultura, como cidadão activo e consumidor.

Por conseguinte, a questão fica no ar: qual dos dois objectivos cumpriu a capital da cultura, isto é, será que esta teve influência na atitude do público?

É um facto que no ano 2003, a cidade de Coimbra, teve uma oferta cultural, como nunca teve anteriormente. Todavia, o que poderá ser aproveitado dessa oferta e desse mega evento a longo prazo? Muitos foram aqueles que acharam, que no futuro ficaria pouca coisa, pois infelizmente, Coimbra não aprendeu a lição, nem aproveitou as oportunidades que este evento lhe trouxe.

Segundo João Gouveia Monteiro, no Diário de Coimbra, (Janeiro de 2004, pg.3), ‘a grande falta de coordenação das atividades culturais `foi uma lacuna implacável, sendo que em 10 anos a cidade não avançou para nenhuma construção de um teatro, além de mostrar falta de informação e desinteresse sobre a programação de eventos realizados na cidade. Este acrescenta, que apesar da “ overdose de iniciativas, projectos e espectáculos em 2003”, há muita preocupação perante um futuro bastante incerto, marcado pela “ descoordenação, da falta de planificação estratégica e de divulgação de iniciativas (Diário de Coimbra referente a 2004, pg.4).

Para finalizar, aponta como um dos principais problemas da cidade, a incapacidade de fixação de artistas e atores culturais, que muitas vezes estudam e realizam a sua formação em Coimbra, e depois não permanecem nesta. O mesmo exemplo serve para os turistas, que também não permanecem na cidade, mas do que um, dois dias.

De acordo com Salgado, no Diário de Coimbra, (2004 pg. 3), “ Coimbra está relativamente atrasada no âmbito cultural”. Faltou exigência dos cidadãos que não souberam exigir mais das entidades que não desempenharam da melhor forma as suas obrigações e deveres. Embora, se

denomine, a cidade do conhecimento, Coimbra fica muito aquém desta designação, sendo um pólo de produção cultural que fica muito a desejar.

Por outro lado, Hernandez, presidente de Coimbra 2002 (de acordo com o Diário de Coimbra, 2004), acrescenta outra lacuna importante deste evento: a homogeneidade do público presente nos espectáculos e iniciativas culturais. Foi um dos objectivos deste evento, que não se concretizou com muito sucesso. Por conseguinte, frisa a importância de promover e divulgar de melhor forma a oferta cultural para poder captar e atrair novos públicos no futuro. Segundo este, o evento Coimbra 2003, capital da cultura, só faria sentido, se se prolongasse no tempo, deixando projectos que se pudessem continuar a desenvolver no futuro, como projectos na área da arquitectura, teatro, património histórico, e outros eventos importantes, que pudessem prolongar o reforço da programação cultural que foi feita nesse ano.

Há que frisar, o pessimismo e insegurança, de vários dirigentes e gestores de entidades associadas à cultura, já antes do evento acontecer. Tomemos o exemplo do director do TAGV, que em 2003, (Diário de Coimbra, Janeiro 2004,pg.7), já dizia que ‘a capital foi um presente envenenado’, marcado pela falta de estrutura do projecto, com uma série de condicionalismos externos que agravaram as dificuldades. Como já foi referido, antes do evento se realizar, este já mostrava uma enorme relutância face às consequências desse mesmo evento. Ainda segundo este, não se verificaram grandes alterações na produção de espectáculos e números de espectadores, com o ano 2003.

### **Resumo das principais críticas apontadas ao evento**

- Aumento de iniciativas traduziu-se numa diminuição de públicos;
- Falta de espaços e infra-estruturas culturais e articulação de iniciativas;
- Descoordenação entre os diferentes parceiros de Coimbra 2003;
- Falta de uma boa organização cultural e de divulgação da respectiva oferta cultural;
- Incerteza em relação a alguns projectos idealizados como o Museu da Ciência e o avanço do Convento de S. Francisco;
- Insuficiente ligação entre os projectos e os respectivos espaços;
- Incapacidade de fixação de artistas culturais e artísticos, bem como de turistas;
- Falta de heterogeneidade de públicos, condicionada pela falta de divulgação e promoção das actividades culturais;
- Falta de continuidade de vários projectos e iniciativas a médio-longo prazo;

- Demasiada longevidade do projecto de recuperação e dinamização do centro histórico de Coimbra.

Todavia, apesar da multiplicidade de comentários feitos sobre o evento Coimbra Capital da Cultura em 2003, todos afirmaram que nunca houve um ano em que houvesse tanta oferta cultural em Coimbra (Diário de Coimbra, Janeiro 2004)

## **Capítulo V: MODELO DE ANÁLISE**

### **5.1.) Modelo de análise**

Um trabalho científico é, sem dúvida, um projecto complexo e desafiante, que para o seu desenvolvimento e sucesso precisa sempre de ter um modelo de análise, que permite encontrar conclusões adequadas ao problema de investigação.

De acordo com Sousa e Baptista (2013), é basicamente um esquema teórico que representa um fenómeno ou um conjunto de fenómenos. De acordo com Miles e Huberman (1994), citado por Sousa e Baptista (2013, pg.43), “um modelo de análise conceptual explica, de uma forma gráfica ou narrativa, as dimensões essenciais a serem estudadas- os factores chave, conceitos ou variáveis, e as presumíveis relações que se estabelecem entre eles”.

Por conseguinte, a metodologia é o prolongamento da problemática, sendo composta por conceitos, definições e indicadores conjugados entre si, que resultam num quadro analítico coerente (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Toda a redacção desta dissertação exigiu uma investigação coesa e bem estruturada, de modo a que fosse detalhado o objectivo de estudo, as questões de base para a investigação, as hipóteses e por último, os instrumentos utilizados na recolha e tratamento dos dados.

Como foi possível visualizar na primeira etapa da investigação, esta foi elaborada pelo modelo de análise de Quivy (2008), baseado nas suas etapas de procedimento.

Nesta fase introdutória, definiu-se a temática, os objectivos principais e elaborou-se a pergunta de partida, que seria crucial para o desenvolvimento futuro do trabalho.

A segunda fase foi dedicada à revisão bibliográfica que permitiu conhecer pormenorizadamente as vertentes associadas à temática. Por conseguinte, a contextualização teórica permitiu compreender melhor a área dos eventos, os seus tipos, e a sua interligação com o turismo e a cultura nas cidades. Para além disso, foi possível aferir melhor as características do Turismo cultural com os seus tipos de oferta e procura, e por fim, como forma de produção e consumo de cultura. Por último, e não menos importante, também foi possível analisar melhor o papel das

cidades como palco de cultura e turismo, e a sua interligação com estes.

Concluindo, o grande contributo do modelo de análise para um trabalho de investigação, é permitir uma organização de conceitos a estudar e uma adequada recolha de dados, evitando a dispersão por parte do investigador, definindo assim, o que realmente deve ou não ser estudado (Sousa e Baptista, 2013).

<ul style="list-style-type: none"><li>• Selecção de conceitos teóricos</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Definição e desenvolvimento dos respectivos conceitos</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabelecimento de relações entre conceitos</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Operacionalização dos conceitos (através de questionários, inquéritos, entrevistas)</li></ul>

Tabela 7: Processo de elaboração de um modelo de análise

Fonte: “Como fazer investigações, dissertações, teses e relatórios”, (Sousa e Baptista 2013).

## 5.2.) Questões de investigação

Segundo Quivy e Campenhoudt, (2008), as questões de investigação, são fundamentais para saber e compreender melhor aquilo que se pretende responder, e posteriormente, concluir com o projecto. Para tal, é necessário, que todos estes, sejam construídos de forma coesa e coerente.

Ao longo da contextualização teórica, procedeu-se à revisão bibliográfica de trabalhos, artigos, livros, entre outras fontes de informação, que permitissem sustentar o trabalho e responder às respectivas questões.

Esta etapa é fundamental, para uma melhor compreensão do tema e das suas envolventes, bem como, da comparação de diferentes perspectivas de diversos autores relacionados com o tema (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Como tal, a revisão bibliográfica teve como base livros e artigos de revistas científicas sobre eventos, turismo cultural, ligação turismo e eventos, cidades, criatividade nas cidades e por fim indústrias criativas/culturais. Relativamente à investigação qualitativa, mais concretamente, a entrevista, foi fundamental para o conhecimento da temática analisada, pelos seus intervenientes, que poderiam ajudar na conclusão da investigação.

Por conseguinte, a entrevista é um método de recolha de informações que consistem em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas cuidadosamente seleccionadas, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade são analisadas na perspectiva dos objectos da recolha de informações (Ketele, 1999, citado por Sousa e Baptista, 2013, pg.79).

Com as informações dadas pelo entrevistador, é possível estender o campo de investigação e conhecimento, até agora adquirido.

Por fim, a entrevista é um elemento de observação muito importante nesta fase, na medida, em que a obtenção de informação dada pela entidade e/ou profissionais escolhidos irá determinar o sucesso e o desfecho da investigação: com conhecimentos na área, podem ajudar significativamente na obtenção de resultados e conclusões plausíveis, combatendo os problemas e aspectos que podem eventualmente existir durante a elaboração da dissertação (Quivy e Campenhoudt, 2008).

### **5.3.) Definição da Amostra e Caracterização do Universo**

A presente investigação pretende compreender a importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de uma cidade, tendo como estudo de caso um evento de grande notoriedade e reconhecimento na cidade de Coimbra, designado por Coimbra 2003, capital da cultura.

Para tal, é importante definir o universo da investigação, que se define como “ o conjunto de elementos que possuem determinadas características” (de acordo com [www.turismo.ufpr.br](http://www.turismo.ufpr.br) 10/02/2014)

Por conseguinte, este universo pretende estudar os residentes de Coimbra, que, se pensa, ser a melhor opção, na medida em que como cidadãos de Coimbra, presenciaram esse evento no ano 2003, acompanhando a evolução pós-evento, que diz respeito à última década.

Por outro lado, também é fundamental neste processo, considerar qual é o melhor método de amostragem. E como se define a amostra? “ é o subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”. (de acordo com o site [www.turismo.ufpr.br](http://www.turismo.ufpr.br), pg.2, dia 11/02/2014).

Por consequência, com base no que foi referido anteriormente, considerou-se que o tipo de amostragem mais apropriado para o tipo de investigação e respectivo público-alvo foi a amostra não probabilística, que depende dos critérios do investigador, sendo do tipo intencional, no qual se selecciona “ um subgrupo da população, que com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população” (de acordo com o site [www.turismo.ufpr.br](http://www.turismo.ufpr.br), pg.2, dia 11/02/2014).

Quanto aos factores que determinam o tamanho da amostra, pode-se considerar a amplitude do universo (os universos podem ser finitos ou infinitos), o nível de confiança estabelecido e o erro máximo permitido.

Relativamente à amplitude do universo desta investigação é do tipo finito, pois faz parte de um conjunto de elementos que não excedem a 100.000. O nível de confiança estabelecido de uma determinada amostra diz respeito “ à área da curva definida a partir dos desvios-padrão em relação à sua média” (de acordo com o site [www.turismo.ufpr.br/pg.3](http://www.turismo.ufpr.br/pg.3), dia 11/02/2014). Note-se que quanto mais o nível de confiança, maior é a população.

Por último, o erro máximo permitido refere-se a uma estimativa de erro que habitualmente pode acontecer nos resultados de qualquer investigação, sendo que, quanto maior a amostra, menor é o erro. Na sua maioria, as pesquisas efectuam estimativas de erro entre 3 e 5.

Considerando a informação seleccionada, foram distribuídos 50 inquéritos pela comunidade coimbrã, por vários grupos sociais, com ocupações diferentes.

#### **5.4.) Métodos de Observação**

- **Inquérito por questionário:** a sua escolha deve-se à importância de recolha de informações sobre o estudo de caso da investigação “ Coimbra 2003, capital da cultura “junto da comunidade coimbrã. Pensa-se que será um método viável e com futuro sucesso na sua realização, sendo por isso, um dos métodos escolhidos para a dissertação.
- **Levantamento de dados estatísticos:** esta escolha deve-se à importância de recolha de informações sobre a evolução da cultura e do turismo no período considerado. Pensa-se que será outro método viável e com sucesso na sua realização, sendo por isso, o segundo método escolhido.
- **Recolha de informações de jornais relativos ao evento Coimbra 2003, Capital da Cultura:** para poder ter um maior conhecimento sobre o evento (o que foi idealizado e feito pré, durante e pós evento), foram consultados jornais, no qual se destaca o Diário de Coimbra, no qual foi feita uma análise geral sobre o conteúdo verificado.
- **Entrevista:** nesta investigação, a entrevista, é um elemento essencial, pois possibilita o contacto directo com as principais entidades responsáveis pelo desenvolvimento turístico-cultural da cidade. Através desse contacto directo com o entrevistador, é mais fácil conhecer com maior pormenor e profundidade a entidade, quais as suas funções e áreas de actuação, entre outros aspectos importantes a considerar. Assim, de um modo

geral, a entrevista “ permite recolher os testemunhos e as interpretações dos interlocutores, respeitando os seus próprios quadros de referência, a sua linguagem e as suas categorias mentais” (segundo Quivy e Campenhoudt, 1992, citado por Sousa e Baptista, 2013, pg.78).

Com vista a dar resposta à problemática da investigação, foram realizadas três entrevistas, que permitiram sustentar e fortalecer a informação adquirida até então.

Anteriormente à entrevista, é fundamental delinear um propósito bem definido com o tema, principais objectivos e dimensões da entrevista. Este tipo de requisitos, irá ser estruturado num pré-projecto, que poderá ser visualizado nos respectivos anexos.

Dentro dos vários tipos de entrevistas existentes, torna-se fundamental delinear um propósito bem definido com o tema, principais objectivos e dimensões da entrevista. Como tal, a entrevista será devidamente estruturada com a elaboração de questões previamente delineadas e que são fundamentais para o objectivo do trabalho.

Em suma, este tipo de método, é um elemento muito importante nesta fase, na medida, em que nos permite obter informações que poderão determinar o sucesso e o desfecho de toda a investigação: com os conhecimentos adquiridos por parte das entidades entrevistadas, obter-se-ão resultados mais concretos e credíveis, combatendo os problemas e lacunas que poderiam existir até então (Quivy e Campenhoudt, 1992, citado por Sousa e Baptista, 2013).

#### **5.4.1.) Método de elaboração do inquérito**

Para a realização do inquérito por questionário, foi elaborado um conjunto de etapas consideradas imprescindíveis à sua elaboração.

**Formulação do problema:** partindo da pergunta de partida elaborada na fase inicial do projecto de investigação, “ De que forma os eventos podem potenciar o desenvolvimento turístico-cultural de cidades?”, pretende-se fazer uma análise do evento seleccionado como estudo de caso, “ Coimbra 2003, capital da cultura”, e posteriormente, compará-lo com o presente ano 2014, e com a respectiva programação cultural deste ano ( no qual se incluem os eventos ). Em suma, pretende-se aferir a tendência evolutiva da cultura, na última década, da cidade de Coimbra, junto da comunidade.



**Objectivos gerais:** comparar a programação cultural do ano 2003, com o ano 2014.

Tirar conclusões sobre a importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural das cidades, através da opinião da comunidade.

Traçar a evolução da cultura na cidade de Coimbra.

**Objectivos específicos:** analisar qual o grau de participação e satisfação da comunidade coimbrã, nos eventos realizados no ano 2003 e no 2014, aferindo a sua evolução, através dessa análise comparativa.

Tecer conclusões sobre a evolução comportamental relativa ao consumo e práticas culturais, na última década, em Coimbra.

**Classificação das variáveis:**

- **Socioeconómica:** nesta perspectiva é muito importante perceber o crescimento que o turismo de eventos tem desenvolvido no país, mais especificamente, na cidade de Coimbra. Neste contexto, é fundamental para a dissertação, desenvolver o evento “Coimbra 2003, capital da cultura” devido à grande visibilidade e reconhecimento que deu à cidade, analisando o pós-evento, os benefícios e as lacunas que este mostrou ter, na última década.
- **Cultural:** é de frisar a importância que os eventos exercem na cultura e na cidade que os acolhe, pois ambos se interligam e dependem um do outro para seu sucesso. Como tal, nesta investigação pretendeu-se verificar o que este evento alterou na cidade, no âmbito cultural, registando a sua tendência evolutiva desde o ano 2003 até aos dias de hoje, podendo assim numa fase final, concluir, se de facto, os eventos são importantes para o desenvolvimento cultural de uma cidade. Sob esta perspectiva, foi elaborado um inquérito à comunidade coimbrã, sobre a sua participação e satisfação em atividades culturais da cidade, e a evolução dessas mesmas atividades durante a última década.
- **Turística:** foi também analisada a importância que o evento teve no desenvolvimento turístico da cidade.

Para tal, numa primeira fase foi feita uma análise estatística sobre a evolução do turismo desde o ano 2003 (data do evento do estudo de caso) até ao presente ano. Destaca-se a evolução da entrada do número de turistas em Coimbra, principais países a visitar Coimbra, indicadores da evolução da hotelaria, estada média nesses mesmos estabelecimentos, taxa de ocupação-cama, entre outros dados importantes para a investigação.

Por fim, com uma análise de toda a bibliografia seleccionada, da abordagem do estudo de caso, da elaboração e análise de dados estatísticos, da realização do inquérito por questionário e da realização de entrevistas, será realizada uma conclusão na qual se incluirão alguns aspectos que poderão melhorar próximos eventos e actividades turístico-culturais deste tipo, tentando contribuir, de alguma forma, para o desenvolvimento de uma cidade pautada pela excelência, reconhecimento e distinção, valores e características que nos últimos tempos, têm estado perdidos no tempo que devem rejuvenescer.

**Definição da amostra:** a amostra não probabilística, que depende dos critérios do investigador, sendo do tipo intencional, no qual se selecciona “ um subgrupo da população, que com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população” (de acordo com o site [www.turismo.ufpr.br](http://www.turismo.ufpr.br), pg.2, dia 11/02/2014).

#### **5.4.2.) Estrutura do inquérito**

O inquérito será redigido com as seguintes características:

Questões, na sua maioria, fechadas. “ São aquelas nas quais o inquirido apenas selecciona a opção (entre as apresentadas), que mais se adequa à sua opinião” (segundo o site [www.professores.uff.br](http://www.professores.uff.br), pg.5). Estas permitem uma maior rapidez e facilidade na resposta, sendo geralmente, questões mais simples de interpretar. Por conseguinte, o questionário do tipo fechado, que como o nome indica utiliza na sua maioria, questões de resposta fechada, facilita a análise e tratamento dos dados recolhidos, sendo bastante objectivo.

Utilização da **escala Likert**: é um tipo de escala de resposta psicométrica, na qual os inquiridos respondem se concordam ou não com as afirmações, como também manifestam o seu grau de concordância ou discordância. Exemplo: insatisfeito ou extremamente satisfeito.

O questionário estará dividido em 4 partes, sendo que a primeira diz respeito à caracterização sociodemográfica dos entrevistados. De seguida, as questões relativas à segunda parte têm como objectivo tentar perceber a afluência da população na participação em actividades culturais, no ano 2003, sendo considerados factores como a frequência e período de utilização, factores de motivação, meios de conhecimento e importância dessas actividades e do evento. Na terceira parte, realizam-se as mesmas questões do item anterior, mas estas estão focadas, no ano 2014, para poder estabelecer uma comparação entre os dois períodos de tempo analisados. Por último, faz-se uma avaliação cultural em Coimbra, através de variáveis de qualidade e satisfação.

**Definição das variáveis, valores e tipos de dados**

- **Variáveis nominais** - uma variável é nominal se cada observação pertence a uma de várias categorias distintas. Estas categorias não são necessariamente numéricas, embora se possa utilizar números para as representar. Por exemplo, a variável sexo é nominal, já que um indivíduo é do sexo masculino ou feminino, podendo essa representação ser feita por 1 e 2. Para estes dados não é possível calcular a média ou mediana, a única medida de localização passível de se utilizar é a moda - categoria com maior número de elementos.
- **Variáveis ordinais** - Para as variáveis ordinais também se utilizam as categorias, no entanto, existe uma relação de ordem entre elas. Por exemplo uma tabela que indica as diversas habilitações literárias. Como é evidente, e do mesmo modo que para as variáveis nominais, continua a não fazer sentido calcular a média, no entanto, pode-se calcular a moda e, já que existe uma ordenação, pode-se calcular a mediana.
- **Variáveis quantitativas**, cujos valores são medidos numa escala métrica, como por ex., a "Idade", ou o "Peso".

*Definição das variáveis, valores e tipo de dados*

Variável	Descrição	Valores	Tipo
1_1	Idade	1 – 16-18 2 – 19-29 3 – 30-39 4 – 40-49 5 – 50-69 6 – >70	Ordinal
1_2	Sexo	1 - Masculino 2 - Feminino	Nominal
1_3_a	Residência	1 - Coimbra 2 - Outra cidade 3 - Outro país	Nominal
1_3_b	Freguesia/Cidade/País?	1-Antanhol 2-Aveiro 3-Cantanhede 4-Carapinheira 5-Castelo Viegas 6-Condeixa 7-Eiras 8-Lisboa 9-Ribeira Frades 10-S.António dos Olivais	Nominal

		11-S.José 12-S.Paulo de Frades 13-Santa Clara 14-Santa Cruz 15-São Martinho do Bispo 16-Sé Nova 17-Sé Velha 18-Torre de Vilela 19-União das Freguesias de Coimbra	
1_4	Habilitações Académicas	1 - Básico 2 - Secundário 3 - Licenciatura 4 - Mestrado 5 - Doutoramento	Ordinal
1_5	Ocupação	1 - Estudante 2 - Activo (a) 3 - Desempregado (a) 4 - Reformado (a)	Nominal
2_1	Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?	1 - Sim 2 - Não	Nominal
2_2	Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma actividade cultural desse evento?	1 - Sim 2 - Não	Nominal
2_3	Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?	1 - Todos os dias 2 - Fins-de-semana 3 - Semanalmente 4 - Mensalmente 5 - Uma vez durante todo o ano 6 - Nunca	Ordinal
2_4_a	Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?	1 - Concertos 2 - Teatro 3 - Convívio 4 - Exposições 5 - Dança 6 - Arte 7 - Cinema 8 - Outro	Nominal
2_4_b	Outro. Qual?		Nominal
2_5_a	Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	1 - Internet 2 - Cartazes 3 - Passa a palavra 4 - Jornais 5 - Rádio 6 - Televisão 7 - Panfleto 8- Outro	Nominal
2_5_b	Outro. Qual?		Nominal
2_6	Qual o seu grau de satisfação com a agenda	1 - Insatisfeito 2 - Pouco Satisfeito	Ordinal (Escala de Likert)

	cultural elaborada nesse ano (2003)?	3 - Satisfeito 4 - Muito satisfeito 5 - Extremamente satisfeito	
<b>2_7</b>	Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?	1 - Nada importante 2 - Pouco importante 3 - Moderadamente importante 4 - Muito importante 5 - Extremamente importante	Ordinal (Escala de Likert)
<b>3_1</b>	Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?	1 - Sim 2 - Não	Nominal
<b>3_2</b>	Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma actividade cultural realizada na cidade?	1 - Sim 2 - Não	Nominal
<b>3_3</b>	Com que regularidade participa/assiste a actividades culturais na cidade de Coimbra?	1 - Todos os dias 2 - Fins-de-semana 3 - Semanalmente 4 - Mensalmente 5 - Uma vez durante todo o ano 6 - Nunca	Ordinal
<b>3_4_a</b>	Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?	1 - Concertos 2 - Teatro 3 - Convívio 4 - Exposições 5 - Dança 6 - Arte 7 - Cinema 8-Outros	Nominal
<b>3_4_b</b>	Outro. Qual?	8-Passeios temáticos promovidos pela CMC	Nominal
<b>3_5_a</b>	Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	1 - Internet 2 - Cartazes 3 - Passa a palavra 4 - Jornais 5 - Rádio 6 - Televisão 7 - Panfleto 8- Outro	Nominal
<b>3_5_b</b>	Outro. Qual?		Nominal
<b>3_6</b>	Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	1 - Insatisfeito 2 - Pouco Satisfeito 3 - Satisfeito	Ordinal (Escala de Likert)

<b>4 - Muito satisfeito</b> <b>5 - Extremamente satisfeito</b>			
<b>3_7</b>	Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	1 - Nada importante 2 - Pouco importante 3 - Moderadamente importante 4 - Muito importante 5 - Extremamente importante	Ordinal (Escala de Likert)
<b>4_1</b>	Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?	1 - Má 2 - Fraca 3 - Razoável 4 - Boa 5 - Muito boa 6 - Excelente	Ordinal (Escala de Likert)
<b>4_2</b>	Actualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	1 - Sim 2 - Não	Nominal
<b>4_3</b>	O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	1 - Sim 2 - Não	Nominal

Tabela 8: Estrutura do inquérito

Fonte: “Como fazer investigações, dissertações, teses e relatórios”,  
Baptista, 2013

(Sousa e

## **5.5.) Método de Análise e Tratamento de Dados**

### **Levantamento de Dados Estatísticos**

**Método de Análise:** através do levantamento de dados estatísticos procurou-se fazer um breve resumo, de modo, a tecer várias conclusões.

Em primeiro lugar, foi feito o levantamento de dados estatísticos referentes ao turismo e a sua evolução na cidade de Coimbra, no período considerado, analisando o lado da oferta e procura. E, em segundo lugar, foi feita a análise da cultura, no mesmo período, na cidade de Coimbra, analisando também o lado da oferta e da procura.

Para ambas as vertentes foram analisados vários dados de diferentes categorias e anos, que posteriormente, com a sua junção, foram ordenados em tabelas, que podemos visualizar nos anexos que depois serão referidos.

### **5.5.1. ) Análise da evolução do Turismo na cidade de Coimbra**

Relativamente à evolução do turismo na cidade de Coimbra, foi feita a análise de algumas vertentes: os cinco países que mais visitaram Coimbra e que procuraram o posto de Turismo como local de informação, num determinado período, assim como as cinco cidades portuguesas que mais se destacaram na visita a Coimbra e por fim, o número total de estrangeiros e portugueses que fizeram o mesmo.

Por outro lado, considerando também a hotelaria como parte integrante da actividade turística, analisaram-se variáveis como a estada média, capacidade de alojamento, número de hóspedes e de dormidas em hotéis e pensões da cidade.

Por conseguinte, no que diz respeito ao top 5 dos países que mais visitaram Coimbra passando pelo Posto de Turismo para obter informações, entre 2008 e 2013, a Espanha obteve o primeiro lugar com maior número de visitas, seguida da França, em terceiro a Itália/ Brasil, em quarto a Alemanha e em quinto a Holanda (ver anexo 1) ( de acordo com dados do Turismo do Centro).

Relativamente ao top 5 de cidades portuguesas, para o mesmo período, os habitantes de Coimbra registaram o primeiro lugar, seguidos de Lisboa, Porto, Braga / Aveiro e por fim Santarém (ver anexo 1)

O número total de estrangeiros que visitaram Coimbra e que passaram pelo Posto de Turismo foi diminuindo gradualmente, passando de 69269 milhares de visitas para 47334 milhares de visitas (2008 e 2013 respectivamente). (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Quanto ao número total de portugueses a passarem pelo Posto de Turismo na sua visita a

Coimbra, também se registou uma diminuição passando de 12558 milhares de visitas para 6869 milhares de visitas (2008 e 2013 respectivamente). (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Por outro lado, quanto aos indicadores da evolução da hotelaria na cidade de Coimbra, analisou-se inicialmente a estada média de hóspedes estrangeiros (entre 2004 e 2012), no qual se verificou um aumento ligeiro, passado a estada de 1,5 dias para 1,6 %.(de acordo com dados do Turismo do Centro).

Quanto à capacidade de alojamento, também se registou um aumento, assim como no número de hóspedes por habitante. (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Também as dormidas em estabelecimentos hoteleiros evoluíram de uma forma positiva e gradual (ver anexo 2). (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Quanto ao número total de dormidas, registou-se um aumento gradual entre 2002 e 2012, tanto em hotéis como pensões, em Coimbra. (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Quanto ao número total de hóspedes, apesar de surgirem algumas oscilações, a tendência evolutiva foi positiva, com um aumento gradual tanto em hotéis como pensões (ver anexo 2). (de acordo com dados do Turismo do Centro).

Concluindo, foi possível perceber, que houve uma diminuição gradual de afluência aos postos de Turismo da cidade, por parte de turistas portugueses e estrangeiros.

Quanto à hotelaria (tanto na procura como na oferta) em geral, os resultados obtidos revelaram uma tendência positiva de um crescimento contínuo ao longo do período considerado.

## **5.6. ) Análise sobre a evolução da cultura e do entretenimento em Coimbra durante a última década: 2003 a 2013**

De acordo com o Diagnóstico feito pela Deloitte (2006,pg.19), a cultura é um elemento indispensável para o desenvolvimento das capacidades intelectuais e para a qualidade de vida, que só é atingível por mulheres e homens que nela se tornem capazes de compreensão e conhecimento crítico da realidade.

A cidade de Coimbra, é privilegiada, no que diz respeito à cultura, pois possui um índice médio elevado da formação da população a nível nacional, o que potencia o consumo deste tipo de produto cultural ( Deloitte, 2006).

Todavia, apesar de a cidade possuir inúmeras potencialidades a este nível, possui um grande défice de equipamentos e infra-estruturas culturais, e uma fraca divulgação dos eventos e atividades. Sendo um facto, que os eventos e atividades culturais potenciam o desenvolvimento



e atractividade de uma cidade, actualmente, apenas se destacam os eventos da Queima das Fitas, Festas da Rainha Santa Isabel e os encontros de fotografia (segundo dados da Deloitte, 2006).

Por conseguinte, em seguimento da importância que os eventos exercem no desenvolvimento e visibilidade da cidade, foi analisado, nesta dissertação, o evento Coimbra Cidade da Cultura, em 2003. Como já foi referido, foi sem dúvida, um evento marcante para a cidade e a sua comunidade, tendo desenvolvido e potenciado a sua atractividade e imagem externa.

No entanto, várias críticas foram apontadas a este projecto, que não se prolongou no tempo, e que ficou, muito aquém das expectativas.

Como tal, procedeu-se a uma análise de factores intrínsecos ao evento, que poderão ajudar a tecer considerações sobre o desenvolvimento ou não que este teve em alguns dos sectores que se interligam com ele. Com efeito, foi considerado o período compreendido entre 2003 e 2013.

### **Considerações sobre a evolução da Cultura e entretenimento na cidade de Coimbra: categorias de cinema, espectáculos ao vivo e publicações periódicas (ver anexo 3)**

Relativamente à categoria cinema na cidade de Coimbra, entre o período compreendido entre 2003 e 2012, observou-se um crescente declínio no número de espectadores por habitante, sendo que em 2003, se registava uma média de 1,6 e em 2012, uma média de 1,5. Neste período registaram-se algumas oscilações, sendo que em 2008, registaram-se os melhores resultados para esta categoria, com uma média de 2,2 espectadores por habitante, bem como em 2010, com uma média de 1,8 ( de acordo com o anuário estatístico da Região Centro referente ao período analisado).

No que diz respeito aos espectáculos ao vivo, a lotação média das salas nos recintos de espectáculo nos anos 2011 e 2010, em Coimbra, registou uma breve melhoria, sendo que em 2010, era de 257 espectáculos e em 2011, 291 por ano.

Quanto ao número de espectadores por habitante nos espectáculos ao vivo, registam-se algumas oscilações, sendo que em 2003, rondava uma média de 1,2 espectadores por habitante, diminuindo nos anos seguintes para cerca de 0,7, aumentando novamente em 2008 e 2010, com 1,5 e 1,7, respectivamente e por fim, voltando a diminuir em 2011, com 0,8 (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

O valor médio dos bilhetes vendidos, na cidade de Coimbra, registou quase sempre um aumento, no período de tempo analisado, sendo que em 2003, registava-se uma média de 15,4 euros, diminuindo nos anos seguintes até 2008, atingindo o valor mais elevado com 55,1 euros em 2010, e uma nova diminuição em 2012, com 34, 7 euros. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Por fim, nas publicações periódicas, no que visa à distribuição de exemplares gratuitos, desde 2007 a 2012, registaram-se também oscilações que variam entre uma média de 15,3 exemplares em 2007 e 19,9 em 2012, atingindo o melhor resultado em 2008, com 24,1. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

#### **Museus e Despesas da Câmara Municipal da Cidade de Coimbra (anexo 4)**

Relativamente ao número de visitantes dos museus de Coimbra, no período compreendido entre 2003 e 2012, observou-se uma tendência crescente na evolução embora com algumas oscilações, tendo em 2003, um registo de 13321 milhares de visitantes; em 2010, 25504 milhares; em 2011, 34444 milhares, e depois uma diminuição em 2012, com 17348 milhares. Ainda, relativamente aos museus, a propensão de visitantes escolares, no período de tempo entre 2007 e 2012, teve uma tendência crescente nos anos 2006 e 2009, tendo depois uma ligeira queda, e atingindo o seu valor máximo em 2012.(de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Quanto às despesas feitas pela câmara municipal de Coimbra em atividades culturais e por habitantes, notou-se um equilíbrio entre a diminuição e aumento dessas mesmas despesas, no período de tempo considerado: em 2005, gastou-se 63,1 milhares de euros, diminuindo para 56,3 milhares em 2008, aumentando novamente para 61,6 milhares de euros, em 2011.(de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Nas despesas totais na cultura e no desporto, concluiu-se que em 2003, as despesas alcançaram o número máximo, com 33,5 % (ano em que Coimbra foi cidade da cultura), tendo depois uma brusca e acentuada descida no período entre 2007 e 2011,contando com 5,8% em 2011. Todavia, em 2012, houve uma nova evolução de crescimento com 17,0 % (ver anexo 4). (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

#### **Publicações Periódicas: Jornais e Revistas em Coimbra (ver anexo 5)**

Quanto ao número total de publicações realizadas, aferiu-se um crescimento, quase sempre, positivo, sendo que em 2003, se registou um número total de 44 mil publicações e em 2012, 72 mil. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Na circulação de jornais, o cenário é parecido com o anterior, contudo com mais algumas descidas registadas.

Por outro lado, nas revistas, também se registou alguns períodos de oscilação, sendo que o melhor ano foi o de 2011, com uma média de 627484 mil circulações de jornais, tendo descido

abruptamente em 2012, com 228 809 mil circulações. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

### **Número de Recintos de Espectáculo ao vivo em Coimbra**

Entre 2001 e 2013, registou-se um aumento de salas ou espaços na cidade de Coimbra assim como o número total de lugares nos recintos de espectáculos. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Quanto aos espectáculos ao vivo, no mesmo período de tempo analisado anteriormente, registaram-se algumas oscilações no número de sessões bem como no número de espectadores e bilhetes vendidos (ver anexo 6). (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

### **Número de Bens Imóveis**

Nesta categoria, mais especificamente, no número de monumentos existentes na cidade de Coimbra, observou-se um aumento, entre o período 2010-2012, bem como no número total de bens imóveis (ver anexo 7). (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

### **Museus e Galerias de Arte**

No período compreendido entre 2003 e 2012, analisaram-se algumas oscilações no que diz respeito ao número de museus, sendo que em 2008 a cidade contava com 8, e em 2012, apenas 4. O número total de visitantes também teve várias alterações consoante os anos. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

O número de galerias de arte aumentou até 2006, tendo depois reduzido até 2012, assim como as exposições temporárias que registaram um aumento até 2009 e depois uma diminuição. Por fim, as obras expostas registaram um aumento pós ano 2003, e uma diminuição a partir de 2011 até hoje (ver anexo 8). (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

## **Anuário estatístico de despesas da Câmara Municipal em Atividades Culturais em Coimbra**

Desde 2002 até 2012, as despesas da Câmara Municipal em actividades culturais, a nível patrimonial (como nos museus), aumentou gradualmente, na cidade de Coimbra. A câmara também aumentou as suas despesas nas bibliotecas, desde 2003 até 2008, contudo, diminuiu bastante a partir desse ano até 2012. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Na área da música, também se registaram períodos de maior/ menor despesa feita por parte da câmara da cidade de Coimbra, sendo o ano 2004, o que registou um maior número de despesas. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Por outro lado, tanto nas artes cénicas como nas actividades socioculturais, registaram-se descidas graduais e por vezes abruptas das despesas feitas pela câmara, no período considerado. (de acordo com o anuário estatístico da região centro referente ao período analisado).

Por fim, nos recintos culturais registou-se um aumento das despesas, destacando-se melhor essa tendência nos anos 2011 e 2012 (de acordo com o INE, Anuário da Região Centro).

### 5.7.) Reflexão Global dos Resultados

Nesta fase pretende-se fazer uma análise global de todos os dados estatísticos que foram recolhidos, podendo elaborar os pontos fracos e fortes desta análise, que dizem respeito à evolução a nível turístico e cultural na cidade, no período compreendido entre 2003 e 2013.

Pontos Fracos	Pontos Fortes
Diminuição do número total de visitas estrangeiras ao posto de turismo de Coimbra no período seleccionado;	Evolução geral positiva na área da hotelaria;
Diminuição do número total de visitas feitas por portugueses ao posto de Turismo de Coimbra no período seleccionado;	Aumento do número de museus;
Diminuição geral do número de espectadores de cinema e de espectáculos ao vivo;	Aumento do número de publicações em jornais e revistas;
Aumento do valor dos bilhetes para o acesso e usufruo da cultura o que leva a uma menor adesão por parte da comunidade;	Aumento do número de recintos de espectáculos;
Diminuição progressiva das despesas feitas pela câmara na Cultura;	Aumento do número de monumentos.
Vário cortes feitos nas despesas da Câmara em actividades culturais.	

Tabela 9: Pontos fortes e fracos da evolução turístico-cultural na cidade de Coimbra

Fonte: Elaboração própria

Pode-se perceber que neste período seleccionado, houve um aumento geral do número da oferta turística e cultural na cidade. Todavia, esta tendência não foi acompanhada pela procura que foi diminuindo, apesar de se registarem algumas oscilações em alguns anos.

Assim, relacionando os resultados obtidos com o tema da dissertação e com a sua contextualização teórica, pode-se perceber que, efectivamente, o evento Capital da Cultura, foi benéfico para a cidade, tanto a nível cultural como turístico. Contudo, não foi positivo em todas as suas vertentes: no lado da oferta o evento ajudou a um desenvolvimento contínuo, mas por outro lado, pelo lado da procura, apesar de o ano 2003 (ano em que o evento se desenvolveu) ter sido muito positivo, não foi prolongado a longo prazo, tendo a procura diminuído gradualmente.

Por conseguinte, o evento não conseguiu aumentar significativamente a procura nas vertentes turísticas e culturais a longo prazo.

Não obstante, a cidade ficou a ganhar com este evento, pois como já foi referido, nunca houve

um ano tão bom como em 2003 a nível cultural, e com tanta oferta. Só por esse factor se pode perceber a importância que os eventos podem exercer quando realizados numa determinada cidade.

## **Conclusão**

Como foi referido na contextualização teórica, os eventos são factores que caracterizam e identificam a cidade em que se realizam na medida em que podem ser inseridos no conjunto de estratégias de desenvolvimento turístico-cultural de uma determinada cidade. Assim, pode-se confirmar que “ um evento pode ser considerado um mix de actividades e serviços, com diversos factores que promovem a prática da actividade turística” (de acordo com Zanini e Faria, 2003, pg.1), bem como a prática da actividade cultural.

Ao longo da análise feita, foi possível perceber que o evento exerceu impacto positivo no desenvolvimento turístico e cultural da cidade, comprovado pelo aumento da oferta turística e cultural da cidade, que foi iniciada nesse ano e evoluindo na última década.

É certo que o lado da procura turística não igualou a oferta da mesma, todavia, o evento trouxe benefícios no desenvolvimento da cidade.

Vários foram os autores que afirmaram que nunca houve um ano, como o de 2003, em que se registasse uma oferta cultural tão grande na cidade.

Como tal, é possível concluir, através dos dados estatísticos analisados, que no geral, o evento Coimbra 2003 Capital da Cultura beneficiou a cidade em vários aspectos, não só nesse ano mas a médio-longo prazo.

Concluindo, o método de observação analisado (levantamento de dados estatísticos referentes à actividade turística e cultural em Coimbra na última década), vem reforçar a contextualização teórica realizada anteriormente: os eventos, são de facto, um meio cada vez melhor e mais eficaz para melhorar o desenvolvimento das cidades em que são implementados. Nesse sentido, devem continuar a ser utilizados como estratégia de desenvolvimento turístico-cultural no futuro.

## **5.8. ) Entrevistas:**

Método de análise: foram feitas entrevistas a entidades que actuam no âmbito turístico e cultural em Coimbra, no sentido, de conhecer melhor as duas áreas e a sua evolução na última década. Como tal, foi feita uma entrevista a um dos trabalhadores da entidade Turismo do Centro (que actua a nível regional mas também na cidade de Coimbra no âmbito turístico), que trabalha na entidade há cerca de uma década, bem como à ex-vereadora da cultura de Coimbra no sentido de estabelecer paralelismos e comparações com os diferentes períodos analisados.

Também foi realizada uma entrevista a um dos membros da CCDRC, entidade com responsabilidades no desenvolvimento turístico da região Centro. Para finalizar, considerando a importância dos estudantes na cidade de Coimbra, e por conseguinte, a entidade que os representa, foi realizada uma entrevista ao membro responsável das secções culturais da .A.A.C.( Associação Académica de Coimbra).No fundo, o que se pretende saber, é se de facto, se registou uma evolução positiva ou negativa, na última década, dentro das vertentes analisadas, na cidade de Coimbra.

Inserido no tema de toda a dissertação, está o mega evento Coimbra 2003 Capital da Cultura. Assim, através das entrevistas realizadas que nos remetem para dois momentos distintos, pretende-se avaliar, até que ponto, este evento contribuiu para o desenvolvimento turístico-cultural da cidade.

Por conseguinte, depois da realização e análise das entrevistas feitas, foi elaborado um pequeno resumo, com os principais aspectos a reter.

### **Principais conclusões das entrevistas realizadas:**

**Âmbito turístico:** como foi referido, foi realizada uma entrevista ao Dr. João Quaresma, trabalhador na entidade Turismo do Centro, há cerca de uma década.

Em primeiro lugar, foi escolhida esta entidade, por actuar sob o âmbito territorial circunscrito à Nutt II Centro, nomeadamente a cidade de Coimbra, e que desenvolve o seu trabalho com vista ao desenvolvimento e sucesso da actividade turística.

A selecção do profissional Dr. João, está relacionada com o seu extenso conhecimento na área bem como na duração do seu cargo na entidade (na qual trabalha na entidade há cerca de 10 anos). Assim é possível conhecer melhor a evolução turística da cidade, desde o ano 2003 em que Coimbra foi capital da cultura até aos dias de hoje.

Neste contexto foram realizadas as seguintes conclusões:

Relativamente à atractividade turística da cidade, na última década, não se registou uma grande variação nos principais símbolos turísticos que a caracterizam: a Universidade e o seu centro histórico sempre foram os locais mais procurados pelos visitantes da cidade. Apesar de se começar a assistir a um desenvolvimento e diversificação de outros elementos turísticos, estes são os que continuam a destacar-se.

Quanto à promoção desses mesmos símbolos, assistiu-se a uma evolução: actualmente a cidade possui um maior número de meios promocionais, no qual se destaca os eventos que têm ganho cada vez mais visibilidade na área da produção turística;

Nas principais carências da cidade, destaca-se a falta de procura que não iguala a oferta, e que sempre foi um dos maiores problemas da cidade, na última década. Apesar de o evento capital da cultura ter influenciado o aumento da oferta turística, continuou a assistir-se a uma grande falta de equipamentos hoteleiros que provocou uma insuficiência significativa na fixação de turistas. Este continua a ser um dos grandes problemas a combater;

Ações desenvolvidas: ao longo da última década, tem-se apostado na realização de parcerias: câmaras e agentes públicos e privados no sentido de juntar várias entidades para uma melhor promoção e trabalho duplo na divulgação da cidade. Têm sido também desenvolvidos novos nichos de turismo na cidade, como o turismo de saúde e bem-estar, de negócios bem como um reforço dos já existentes como o predominante turismo histórico e cultural. Por fim, os agentes e entidades turísticas, têm apostado também na captação de outro tipo de públicos (além do universitário) para o aumento das receitas e fixação de visitantes e turistas.

Evento Coimbra 2003, Capital da Cultura: sob o ponto de vista turístico, foi benéfico para a cidade, pois permitiu que se criasse um aumento da oferta turística, do número de visitas nesse ano, o número de eventos e sobretudo uma maior visibilidade e notoriedade à cidade. Apesar de contar com vários aspectos negativos, no geral, o evento trouxe benefícios à cidade a médio e longo prazo.

A selecção do profissional Dr. João (trabalhador na CCDRC), está relacionada com o seu extenso conhecimento na área bem como da duração do seu cargo na entidade.

Com base na entrevista concluiu-se que a Região Centro tem bastante potencial a nível turístico, nomeadamente, a cidade de Coimbra. Todavia, é fundamental adoptar estratégias proactivas, que potenciem os recursos já existentes e criem e desenvolvam novos, de modo a tornar a cidade e região mais competitivas num futuro próximo.



## **Vertente Cultural**

Relativamente a esta vertente, foi feita uma entrevista à ex-vereadora da cultura, Dra. Maria José Azevedo e ao responsável pelo departamento cultural da Direcção geral da Associação Académica de Coimbra, Luís Filipe Castro.

Esta entrevista teve como principal objectivo analisar/conhecer melhor a evolução da cultura na última década na cidade.

Quanto à selecção de entrevistados, foi escolhida a ex-vereadora da cultura para conseguir estabelecer uma analogia entre os dois períodos, e assim verificar, a tendência evolutiva deste sector na cidade. Quanto ao responsável pelo departamento cultural da DG/AAC, explica-se pela forte componente académica da cidade, pelo seu público maioritariamente universitário e pelo importante papel que a entidade exerce na cidade. Todavia, infelizmente, não foi possível concretizar a entrevista à vereadora actual, Dra. Carina Gomes, em tempo útil.

Neste sentido, foram destacados/seleccionados os principais pontos a reter:

Nesta última década, vários projectos culturais foram elaborados e realizados sendo registado um aumento da oferta cultural na cidade. Todavia, apesar desse aumento (com algumas oscilações registadas), concluiu-se que o ano 2003, em que decorreu o evento, foi sem dúvida o melhor, a nível da oferta cultural.

Contrariamente à oferta, a procura cultural diminuiu ao longo da década. Com base nas entrevistas feitas, tiraram-se as seguintes ilações:

- Falha de comunicação e promoção de qualquer programa cultural, quer no âmbito geral, quer no académico;
- Falta de interesse na participação em actividades e reestruturação de mentalidades: no âmbito académico nota-se uma maior falta de interesse motivado não só pela questão financeira, mas também pela pressão em finalizar os cursos e entrar no mercado de trabalho cada vez mais cedo. No âmbito geral, além da questão monetária, regista-se o factor de mentalidade (o cidadão de Coimbra tem poucos hábitos de usufruto da cultura e da sua oferta). Assim, pode-se concluir que além da crise financeira, também uma crise de valores ajudou a que se registasse uma diminuição da procura cultural.

**Evento Coimbra 2003, Capital da Cultura:** assim como no âmbito turístico, o evento beneficiou o lado da oferta (trazendo a idealização e realização de vários projectos culturais e consequente implementação de equipamentos para os mesmos) mas não teve o mesmo sucesso no lado da procura, que diminuiu a longo prazo.

## **Conclusões Finais**

Após a análise das entrevistas realizadas (tanto no âmbito turístico como cultural), foi possível concluir que o evento Coimbra 2003, Capital da Cultura, teve efeitos positivos na cidade, tanto a médio como a longo prazo: além do aumento da oferta que proporcionou, também deu grande visibilidade à cidade. Todavia, não conseguiu alcançar alguns objectivos como o aumento da procura: o fracasso deste parâmetro não se deve ao evento em si, mas à cidade, aos agentes e entidades responsáveis pela sua gestão, que não souberam aproveitar da melhor forma os benefícios deste mega evento. Apesar de vários aspectos positivos, várias foram as lacunas e dificuldades encontradas, muito influenciadas pela cidade e não pelo evento em si.

Ou seja, e para concluir, segundo Rasquilha et al. (2009), a boa ou má realização de um evento não se reflecte apenas nos participantes mas também na própria cidade que os acolhe e que irá ficar marcada e conhecida como palco de um evento de sucesso ou de fracasso. Neste caso, o evento privilegiou a cidade com muitos aspectos positivos, contudo algumas vertentes ficaram aquém das expectativas iniciais, sendo que tais lacunas, não se associam ao evento em si mas à cidade que o acolheu.

## 5.9. )Análise dos inquéritos realizados

A amostra do nosso estudo é constituída por 50 elementos, dos quais 3 (**6,1%**) têm entre 19 e 29 anos, 4 (**8,2%**) têm entre 30 e 39 anos, 15 (**30,6%**) têm entre 40 e 49 anos, 25 (**51%**) têm entre 50 e 69 anos, constituindo-se como o maior grupo etário inquirido e 2 (**4,1%**) referiram ter mais de 70 anos.

Relativamente ao sexo, 39 (**79,6%**) dos inquiridos são do sexo feminino e 10 (**20,4%**) são do sexo masculino.

Com base nos questionários distribuídos, foi possível aferir que do universo total da amostra, 44 (**89,8%**) residem em Coimbra, assumindo-se este grupo como a grande maioria, as restantes 5 pessoas (**10,2%**) indicaram residir noutros locais.

A amostra em estudo é constituída minoritariamente por indivíduos com o ensino básico, (apenas uma pessoa, o que corresponde a **2%**), 3 (**6%**) das pessoas inquiridas possuem o ensino secundário, 34 (**68%**) uma licenciatura, constituindo-se como o maior grupo inquirido em termos de habilitações literárias e 10 (20%) referiu possuir o mestrado.

Em termos de ocupação, foi possível determinar que a nossa amostra é constituída por 1 (**2%**) estudante, 44 (**88%**) indivíduos que estão no activo, o grupo maioritário da nossa amostra, 1 (**2%**) está desempregado e 3 (**6%**) dos indivíduos inquiridos estão reformados.

Relativamente ao evento **Coimbra 2003, capital da Cultura**, foi possível determinar que das 48 respostas, 44 (**91,7%**) indicaram ter tido conhecimento do evento e apenas 4 (**8%**) declararam não ter tido conhecimento. Ainda neste âmbito, verificámos que esta tendência de resposta se manteve quer no sexo feminino quer no masculino.

O estudo da amostra relativamente ao **conhecimento sobre os principais eventos realizados em Coimbra (em 2014)**, os números não são tão expressivos como no ponto anterior, das 48 respostas, 38 (**76%**) referem ter tido conhecimento dos principais eventos realizados, enquanto 10 (**20%**) indicou não ter tido conhecimento das actividades realizadas. Esta tendência de resposta, manteve-se quer no sexo feminino quer no masculino. Poderemos especular que o diferencial de respostas verificado entre o conhecimento das actividades em 2003 e em 2014, com mais pessoas a indicarem terem tido conhecimento do evento/actividades em 2003, pode ter a sua causa na publicitação das actividades, na qualidade dos artistas convidados, entre muitos outros factores.

Relativamente à participação nas actividades, 28 (**56%**) dos inquiridos indicou ter tido conhecimento e participado/assistido nas actividades desenvolvidas em 2003, 17 (**34%**) teve conhecimento mas não participou/assistiu a qualquer evento e 5 (**10%**) não respondeu. Relativamente às actividades de 2014, 32 (**64%**) dos inquiridos referiu ter tido conhecimento e participado/assistido a actividades culturais, 9 (**18%**) indicou ter tido conhecimento mas não participou nas actividades e 9 (**18%**) não respondeu. A análise dos valores anteriormente

referidos leva-nos a aferir que existe apenas uma discrepância de 10 pontos percentuais entre a participação/assistência nas actividades de 2003 e 2014.

No que concerne à regularidade com que os inquiridos participaram nas actividades culturais em **2003**, 6 (**12%**) indicou ter participado/assistido a actividades ao fim de semana, 1 (**2%**) apenas uma vez por semana, 15 (**30%**) uma vez por mês, 8 (**16%**) uma vez por ano e 16 (**32%**) nunca participaram em qualquer actividade. Já em 2014, 7 (**14%**) dos inquiridos referiu ter participado em actividades culturais em 2014 (em Coimbra) apenas ao fim de semana, 4 (**8%**) indicou ter participado em actividades apenas uma vez por semana, 12 (**24%**) uma vez por mês, 16 (**32%**) uma vez por ano e 4 (**8%**) referiu nunca ter participado em qualquer actividade.

Interessou-nos ainda proceder ao estudo das principais motivações que levaram os inquiridos a participar/assistir nas diversas actividades (2003 e 2014), sendo facilmente perceptível que em ambos os momentos os concertos constituíram a principal motivação para participar/assistir nas diversas actividades. Em 2003, das pessoas que responderam ter assistido ou participado em actividades 23 (69,7%) confirmaram terem sido os concertos a sua principal motivação, já em 2014, foram 26 (60,5%) os que indicaram terem sido os concertos o que mais os motivou a participar/assistir nas actividades. As demais actividades, teatro, convívio, exposições, dança, arte, cinema ou outros, constituíram as preferências de alguns dos inquiridos quer em 2003 quer em 2014, tendo no entanto obtido percentagens consideravelmente mais modestas.

A forma como os indivíduos que constituem a amostra tiveram conhecimento das diversas actividades constitui uma informação bastante importante, no sentido de no futuro utilizar o meio de comunicação mais adequado para um determinado publico alvo.

Em 2003, a internet (10 pessoas, 20%), os cartazes (10 pessoas, 20%) e os jornais (9 pessoas, 18%) representaram os principais canais através dos quais os indivíduos tiveram conhecimento das actividades. Em 2014 manteve-se o mesmo padrão, ainda que a internet tivesse assumido um papel ainda mais preponderante (19 pessoas, 38%), seguido dos cartazes (8 pessoas, 16%) e dos jornais (8 pessoas, 16%)

A avaliação constitui-se como um factor essencial para melhorar a eficácia e a eficiência das organizações, actividades, eventos entre muitos outros, nesse sentido, a amostra do nosso estudo foi inquirida sobre o **grau de satisfação** com a agenda cultural definida para 2003 e 2014.

Em ambos os anos (2003 e 2014) a maioria das opiniões foram idênticas, ou seja, houve uma satisfação generalizada com a agenda cultural, tendo em 2003 atingido os 54% (27 pessoas) e em 2014 os 66% (33 pessoas). Convém referir que em ambas as situações, as opiniões de **insatisfeito** com as agendas culturais foram uma minoria, indicado por apenas 1 indivíduo (2%) em 2003 e por nenhum em 2014. Relevante é também o facto da opinião de **muito satisfeito** ter superado, em ambos os anos, a de **pouco satisfeito**, em 2003 com 5 respostas (10%) de insatisfeitos para 6 indivíduos (12%) muito satisfeitos e em 2014, 5 respostas (10%) de insatisfeitos para 7 indivíduos (14%) muito satisfeitos.

Sendo esta variável tão determinante, quer em termos de avaliação, quer para preparação de eventos futuros, procedemos ao cruzamento deste dado com a variável sexo e com a variável idade da nossa amostra. Concluimos assim que o maior número de respostas foi dado por pessoas que se encontram entre os 50 e os 69 anos, tendo considerado satisfatória (44,7%) a agenda cultural de 2003. Registamos a mesma tendência para a faixa etária dos 40 aos 49, a segunda com mais respostas, indicando também neste caso estar satisfeita (18,4%) com a agenda cultural de 2003. Em 2014 o maior número de respostas foi também dado por indivíduos entre os 50 e os 69 anos de idade, considerando (à semelhança do ponto anterior) satisfatória (40,9%) a agenda cultural de 2014. Também na faixa etária anterior, dos 40 aos 49 anos, registamos uma clara vantagem (22,7%) dos que consideram satisfatória a agenda cultural elaborada para 2014.

No que concerne à variável sexo, determinámos que em ambos os casos (feminino e masculino) o grau de satisfação com a agenda cultural de 2003 é satisfatório (64,5% no caso feminino e 85,7% no caso masculino, quando consideramos cada um dos grupos independentemente). Relativamente à satisfação com a agenda cultural de 2014, verificamos que em ambos os sexos o grau de satisfação é satisfatório (77,8% no caso feminino e 50% no caso masculino, quando considerado cada um dos grupos de forma individual).

Importou também aferir o quão importante os elementos que constituíam a nossa amostra consideraram que o evento, Coimbra capital da cultura, foi para o desenvolvimento da cidade. No universo das respostas respondidas, determinou-se que a maioria, 23 indivíduos (52,3%) considerou que o evento foi muito importante para o desenvolvimento da cidade, sendo **moderadamente importante** a segunda opinião mais respondida (11 respostas, 25%). Quando inquiridos sobre se os eventos realizados actualmente, 2014 (em Coimbra) são importantes para o desenvolvimento da cidade, e considerando o universo de respostas respondidas, percebemos que as tendências se mantêm, ou seja, 25 (55,6%) respostas indicam que os eventos realizados são **muito importantes** para o desenvolvimento da cidade. Por outro lado, a segunda opinião mais vinculada (9 respostas, 20%) foi a de que os eventos atuam (2014) são **extremamente importantes** para o desenvolvimento da cidade.

No sentido de aprofundar ainda mais a importância dos eventos associados ao desenvolvimento da cidade, procedemos ao cruzamento desta variável com a variável idade e sexo. Relativamente à idade, o estudo revela-nos dois picos importantes nos dois grupos onde mais pessoas foram inquiridas (40-49 e 50-69) a maioria (71,4% e 60,9% respectivamente, e quando considerados cada um dos grupos de forma independente) considera que os eventos são **muito importantes** no desenvolvimento da cidade, vinculando a ideia anteriormente enunciada. Na mesma senda, debruçámo-nos sobre de que forma o sexo dos inquiridos poderia ou não influenciar a forma como os indivíduos percebiam os eventos realizados em Coimbra, ou seja, se os consideravam ou não importantes para o desenvolvimento da cidade. Em ambos os grupos

(feminino e masculino) a maioria (71,4% e 60,9% respectivamente, quando considerados cada um dos grupos de forma independente) considerou que os eventos realizados são **muito importantes** para o desenvolvimento da cidade.

Numa questão mais transversal e onde se pretendia aferir sobre percepção dos inquiridos sobre a evolução da cultura (na cidade de Coimbra) na última década, apuramos que a maioria dos inquiridos que respondeu (21 respostas, 45,7%) considerou ter havido uma boa evolução nesta área. A opção que avaliava a evolução da cultura ao longo da última década (em Coimbra) como **razoável** ocupou o lugar da segunda resposta mais observada com 13 respostas (28,3%). Foi ainda possível apurar que 7 indivíduos (15,2%) consideraram ter havido uma **fraca** evolução da cultura ao longo da última década, 4 (8%) consideraram que a evolução foi **muito boa** e apenas 1 indivíduo (2,2%) considerou ter havido uma **má** evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década.

Detalhando a questão anteriormente abordada e cruzando a informação com as várias faixas etárias e encarando cada um dos grupos que compõe a amostra de forma individual, foi possível determinar que na faixa etária dos 19 aos 29, 50% (1 resposta) considera que evolução **razoável**, 50% (1 resposta) que a evolução foi **boa**. Na faixa etária seguinte, (30-39) 75% (3 indivíduos) consideraram que a evolução foi **boa** e 25% (1 indivíduo) que a evolução foi **muito boa**. Entre os 40 e os 49 registámos o segundo maior número de respostas, 1 indivíduo (7,1%) considerou ter havido uma evolução **má** deste parâmetro, com a mesma percentagem (7,1%, 1 indivíduo) considerou que a evolução da cultura em Coimbra foi **fraca**. Por outro lado, 21,4% (3 indivíduos) considerou que a evolução foi **razoável**, 57,1% (8 indivíduos) considerou que a evolução foi **boa** (a maioria deste grupo), tendo ainda 7,1% (1 indivíduo) considerado que a evolução foi **muito boa**. No entanto, foi na faixa etária dos 50 aos 69 onde obtivemos um maior número de respostas (23), sendo que do total de pessoas inquiridas sobre a evolução da cultura em Coimbra, obtemos (considerando este grupo de forma individual) 26,1% (6 indivíduos) que a considera **fraca**, 34,8% (8 indivíduos) que a considera **razoável**, 30,4% (7 indivíduos) que a considera **boa** e 8,7% (2 indivíduos) que a considerou **muito boa**. A totalidade de respostas dadas por este grupo totalizou 51,1% de todas as respostas apuradas. Já no último espectro de idades (>70) obtivemos 50% (1 indivíduo) que considerou ter havido uma evolução **razoável** da cultura em Coimbra e 50% (1 indivíduo) que considerou ter havido uma **boa** evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década.

Ainda no âmbito da evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década, estudámos de que forma o sexo dos inquiridos poderia ou não influenciar a resposta dos indivíduos inquiridos. Em ambos os grupos (feminino e masculino), analisados de forma independente, determinámos que a maioria das pessoas, 44,4% (16) mulheres e 44,4% (4) homens considerou ter havido uma **boa** evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década. Foi ainda possível apurar que em ambos os grupos a segunda resposta mais observada correspondia ao

sentimento de uma evolução **razoável** da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década, com 27,8% (10 respostas) no grupo feminino e 33,3% (3 respostas) no caso masculino.

Sobre se consideravam que a cidade possuía uma maior oferta cultural desde à 10 anos, os elementos que compõe a amostra foram bem explícitos, com 80% (40 indivíduos) a indicar que **sim**, que consideravam que a cidade possuía uma maior oferta cultural desde à 10 anos, 10% (5 indivíduos) respondeu considerar que a cidade **não** possui uma maior oferta cultural desde há 10 anos e 10% (5 indivíduos) optou por não responder à questão. Estudando em detalhe esta questão, foi possível determinar que à excepção da faixa etária das pessoas com mais de 70 anos, onde se verificou um empate entre os que consideram que Coimbra **tem** uma maior oferta cultural desde há 10 anos e os que consideram que Coimbra **não tem** uma maior oferta cultural, em todos os restantes grupos verificamos que a grande maioria dos inquiridos (100%;2 respostas dos 19 aos 29 anos, 100%;4 respostas dos 30 aos 39 anos, 92,9%;13 respostas dos 40 aos 49 anos e 86,4%;19 respostas dos 50 aos 69 anos) considerou que actualmente a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos.

Relativamente ao grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, observou-se que a maioria dos inquiridos que respondeu à questão, 32 indivíduos (72,7%) considerou ter aumentado o seu grau de participação nas actividades culturais (da cidade de Coimbra) ao longo da última década. No sentido contrário, 12 dos inquiridos (27,3%) indicou que o seu grau de participação em actividades culturais não aumentou na última década.

O cruzamento desta variável (aumento do grau de participação em actividades culturais) com a variável idade permitiu determinar um empate entre as respostas dos inquiridos mais novos (19-29) e dos mais velhos (>70) onde metade de cada grupo (50%;1 indivíduo) considerou que na última década não aumentou a sua participação nas actividades culturais de Coimbra e a outra metade (50%;1 indivíduo) respondeu ter aumentado a sua participação nas actividades culturais. Nos restantes grupos a maioria dos inquiridos (17%;3 respostas, entre os 30 e os 39 anos, 85,7%;12 respostas dos 40 aos 49 anos e 66,7%;14 respostas entre os 50 e os 69 anos) indicou ter aumentado a sua participação em actividades culturais, em Coimbra, na última década.

No que concerne à variável sexo, em ambos os casos a maioria das respostas indicam ter havido um aumento da participação nas actividades culturais (em Coimbra) na última década. Se no caso masculino a diferença de respostas foi bastante mais nivelada, com 55,6% (5 homens) a argumentar ter aumentado a sua participação em actividades culturais na última década, no caso feminino a resposta foi bastante mais clara, com 76,5% (26 mulheres) a referirem terem aumentado a sua participação em actividades culturais na última década.

Concluindo, todo este resumo permitiu descrever sucintamente, o trabalho realizado na análise dos inquéritos, que se apresenta mais detalhadamente em anexo. (ver anexo).

No anexo 14, podemos conhecer um pouco melhor um dos tipos de estatística utilizada na análise dos inquéritos: estatística descritiva, bem como nos anexos seguintes, em que se visualiza as principais conclusões elaboradas em tabelas e gráficos sobre as vertentes analisadas.



## **6) CONCLUSÕES**

### **6.1.) Conclusão da contextualização teórica**

Após a revisão de toda a contextualização teórica referente à temática abordada, bem como do estudo de caso analisado, indo ao encontro dos objectivos inicialmente delineados para o projecto de investigação foram feitas algumas considerações.

Actualmente, a realização de eventos ganha cada vez maior destaque, no desenvolvimento de qualquer cidade, nomeadamente, no âmbito turístico e cultural. Ao longo do estudo realizado foi possível perceber o impacto que estes exercem em todas as entidades, empresas, pessoas, entre outros agentes que lhe estão associados.

Os eventos culturais, mais especificamente, o projecto capitais da cultura, permitiram desenvolver várias cidades de forma mais sustentável, competitiva e atractiva, dando-lhes uma visibilidade e grau de excelência até então desconhecidos.

Não obstante, além da visibilidade e prestígio, os eventos promovem a criação de novos equipamentos, potenciando também todas as actividades que lhe estão associados, captando um número maior de públicos. Tendo em conta o período de crise económica do país e os sucessivos cortes feitos na cultura, é urgente mudar este paradigma contrariando a tendência referida. A cultura é o que nos define enquanto pessoas, e é sem dúvida, um excelente elemento dinamizador e indispensável em qualquer cidade.

Por conseguinte, os eventos associados à cultura e ao turismo, podem ser, uma das mais importantes estratégias de desenvolvimento económico no futuro, nomeadamente na cidade de Coimbra, no qual o património, a identidade e a cultura são os seus principais requisitos de diferenciação. Como tal, devem ser desenvolvidos de forma mais contínua e sustentável.

### **6.2. ) Conclusão da contextualização empírica**

Após a realização de todos os instrumentos de investigação referidos, foi possível chegar às seguintes conclusões.

Em primeiro lugar, com a realização dos inquéritos, concluiu-se que no geral, a comunidade coimbrã ficou satisfeita com o evento e sente que se registou uma evolução cultural na cidade, na última década.

Em segundo lugar, com a análise dos dados estatísticos, referentes ao desenvolvimento turístico-cultural na cidade, registou-se um aumento da oferta e uma diminuição da procura.

Por terceiro, com a análise de jornais, referentes ao evento, registou-se a mesma tendência

referida anteriormente: a oferta aumentou significativamente, todavia, a procura não igualou a oferta.

Por último, e para concluir, quanto às entrevistas realizadas, concluiu-se que a cidade possui inúmeras potencialidades turísticas/culturais, que devidamente desenvolvidas podem beneficiar imenso o seu crescimento futuro, de forma contínua e sustentável. Para tal é necessária uma mudança de mentalidades, hábitos e prioridades a serem estabelecidas.

### **6.3.) Limitações de estudo**

As principais limitações de estudo, tiveram a sua génese na área dos eventos, que por ser relativamente recente, resulta em alguma dificuldade na procura de algum tipo de informações importantes ao desenvolvimento e consolidação do trabalho.

Relativamente ao estudo de caso, as informações que foram obtidas tiveram várias limitações, pois apesar de existirem algumas informações sobre o evento “Coimbra 2003, capital da cultura”, nunca foi feito nenhum estudo mais específico e aprofundado sobre esta temática.

### **6.4.) Recomendações**

O estudo feito ao longo deste projecto de investigação mostra a importância do estudo deste tipo de eventos no desenvolvimento contínuo e sustentável de uma cidade. Os eventos são cada vez mais importantes no local onde se realizam, pela projecção, visibilidade e atractividade que conferem. Quando são realizados com uma boa planificação, estruturação e gestão, são uma das melhores estratégias de desenvolvimento sustentável e de promoção da cidade, onde se realizam.

Por conseguinte, penso que seria benéfico, tanto para a cidade como para todos os agentes envolvidos neste tipo de eventos, abordagens mais específicas para este tipo de eventos.

Saber seleccionar os melhores produtos para a cidade de Coimbra potencializando os seus recursos já existentes tornando-os distintos e diferentes, é fundamental para o futuro. Neste sentido, sendo esta cidade voltada para a cultura e a tradição, é fundamental apostar em eventos culturais deste tipo, trazendo-lhe maior visibilidade e projecção. E, para tal, é fundamental reforçar a comunicação e divulgação desses eventos, adoptando novas estratégias de captação de novos públicos e de aumento da sua fixação na cidade.

Os eventos são factores que caracterizam e autenticam a cidade onde são realizados, na medida em que são inseridos no conjunto de estratégias turístico-culturais da cidade que os acolhe.

Além disso, têm um papel essencial na concentração de um grande número de pessoas, podendo causar um grande impacto, e, conferindo maior visibilidade à cidade.

Como tal, a cidade de Coimbra, deve apostar no produto “ eventos” para a sua promoção turística e cultural, sendo fundamental a realização de parcerias entre os vários agentes e/ou entidades que devem trabalhar todos para o mesmo objectivo: o desenvolvimento turístico e cultural da cidade.

Concluindo, é interessante pensar, num futuro próximo, o que é necessário fazer mais, e , como tal, onde se deve investir mais. Seria benéfico a realização de um novo evento cultural desta envergadura, ou deveria apostar-se na realização de eventos diferentes dos que já foram realizados?

Penso que pode ser feita uma reflexão neste sentido, de forma a melhorar e potenciar o desenvolvimento turístico-cultural da cidade de Coimbra, sendo uma cidade com produtos distintos e diversificados que devem ser bem geridos e desenvolvidos.

## 6.5.) Bibliografia

- Ambrósio,V. (2000). Território especializado na recepção de turismo religioso. Instituto Nacional de Formação Turística, 34, 1-211.
- Brito, Henriques, E. (2003). A cidade, destino de turismo. Revista da Faculdade de Letras – XIX, 163-172.
- Cluzeau, C. (2007). Le tourisme Culturel : Dynamique et prospective d’une passion durable.1, 1-96.
- Connor, O`. Culture and the competitive city “ Changing Cities”: the culture industries scale and location “ volume, 97- 153.
- Costa, A. (1997). Políticas Culturais: Conceitos e Perspectivas. Observatório das Actividades Culturais, Coimbra:, 2, 10-14.
- Diário de Coimbra ( 2003) . Capital da Cultura: Janeiro 2003.Diário de Coimbra, 1, 1-30.
- Diário de Coimbra. (2003). Capital da Cultura: Fevereiro 2003. Diário de Coimbra, 2,1-32.
- Diário de Coimbra. (2003). Capital da Cultura: Março 2003. Diário de Coimbra, 3, 1-32.
- Diário de Coimbra. (2003). Capital da Cultura: Abril 2003. Diário de Coimbra. 4,1-33.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Maio 2003. Diário de Coimbra, 5,1-33
- .Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Junho 2003. Diário de Coimbra. 6,1-33.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Julho 2003. Diário de Coimbra. 7,1-34.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Agosto 2003. Diário de Coimbra. 8, 1-34.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Setembro 2003. Diário de Coimbra. 9-1-34.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Outubro 2003. Diário de Coimbra. 10,1-35.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Novembro 2003. Diário de Coimbra. 11, 1-35.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Dezembro 2003. Diário de Coimbra. 12, 1-36.
- Diário de Coimbra (2003) Capital da Cultura: Janeiro 2004. Diário de Coimbra, 13, 1-35.
- Diário de Coimbra, ( 2003). ( Rita Basílio,Capital da Cultura: Fevereiro 2003 ) Diário de Coimbra, 2, 1-32.
- Diário de Coimbra. ( 2003). ( Ana Margalho Capital da Cultura: Fevereiro 2003). Diário de Coimbra, 2,1-32.
- Diário de Coimbra ( 2003). ( Sousa Martins, Capital da Cultura: Agosto 2003). Diário de Coimbra, 6, 1-33.
- Diário de Coimbra. ( 2003). ( José Sasportes, Capital da Cultura: Setembro 2003). Diário de Coimbra, 9,5.

Diário de Coimbra ( 2004). ( João Monteiro,Capital da Cultura: Janeiro 2004). Diário de Coimbra, 1,3.

Diário de Coimbra ( 2004).( Salgado , Capital da Cultura: Janeiro, 2004). Diário de Coimbra, 1,3.

Diário de Coimbra ( 2004). ( Hernandez,Capital da Cultura: Janeiro 2004). Diário de Coimbra, 1, 1-35.

Diário de Coimbra ( 2004). André, J., Capital da Cultura: Janeiro 2004). Diário de Coimbra, 1,1-35.

Evans, E. (2001). Cultural Planning: an Urban Renaissance? Lisboa..Routledge.

Fortuna, C. (2002). Culturas Urbanas e Espaços públicos: sobre as cidades e a emergência de um novo paradigma sociológico, Revista Crítica de Ciências Sociais., 63, 123-148.

Fortuna, C. et al. (2006). Dinâmicas de recomposição socioeconómico dos Centros Históricos: o caso de Coimbra. Coimbra, Centro de Estudos Sociais.

Fortuna, C. et al. (2009) Fluxos turísticos no Centro Histórico de Coimbra, comunicação apresentada no VII Congresso da Geografia Portuguesa: trunfos de uma geografia activa, Coimbra.

Fortuna, C. et al. (2012). A cidade e o Turismo- Dinâmicas e Desafios do Turismo Urbano em Coimbra. Coimbra, Almedina.

Fortuna, C., Gomes, C., Ferreira, C , Abreu, P. & Peixoto, P. ( 2012). A cidade e o Turismo- Dinâmicas do Turismo em Coimbra, Coimbra, Almedina.

Fortuna, C. Peixoto, P. (2002). “ A recriação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas”. Projecto e Circunstância: Culturas urbanas em Portugal. 17-63.

Gomes, C. (2005). Modos de vida nas cidades e processos de reabilitação urbana: o caso de Coimbra. Universidade de Coimbra.

Gomes, C. (2007). Viver no centro da cidade: práticas, discursos e representações sobre a baixa de Coimbra. Oficina do Centro de Estudos Sociais, Coimbra.

Gomes, R. & Ribeiro, J. (2001). A cidade e cultura: novas políticas, novas urbanidades. Actas do encontro temático intercongressos, Porto, Centro de Estudos Sociais.

Gomes, R. (2002). Perfil dos públicos do Porto 2001.71-99. Revista Crítica de Ciências Sociais.

Landry, C. (2005), Lineages of the Creative City. São Paulo. Stroud.

Landry, C. (2011). Cidade criativa: a história de um conceito.Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções,.

Marôco, J. (2003). Análise estatística com utilização do SPSS statistics. Lisboa: Silabo.

- Martinez, F. (2007). *Análise de dados com SPSS: primeiros passos*. Lisboa: Escolar Editora.
- Matias, A. e Sardinha, R. (2009). *Avanços em Economia e Gestão do Turismo: Novas tendências, sustentabilidade e desenvolvimento regional*. Lisboa.:Piaget Instituto.
- Mckercher, B. e Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management* .Routledge.
- Négrier, E. (2004). *Politiques culturelles territoriales: dernier inventaire avant décentralisation?* Observatório de Actividades Culturais, 13, 3-15.
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2000). *Análise de Dados para Ciências Sociais: a complementaridade do SPSS*. 2 Edição. Lisboa. Edições Sílabo.
- Quivy, R. & Campenhoudt, Luc. (1992). *Manual de Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4 edição). Lisboa: Gradiva.
- Rodrigues, C. (2012). *O turismo de Eventos Culturais em Lisboa*. Estoril, ESHTe.
- Sousa, M. (2011). *Como fazer investigações, dissertações, teses e relatórios*. Coimbra, Edição de Ciências Sociais e Política Contemporânea.

## **Webgrafia**

- Associação Académica de Coimbra (2014). *Academia, Dg/AAC, Cultura* [ em linha]. Coimbra. Disponível em <http://www.academica.pt/> [Consultado 8 Maio 2014].
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2014). *Ambiente, desenvolvimento regional, ordenamento e administração local* [em linha].Coimbra: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional Disponível em <https://www.ccdrc.pt/> [ Consultado 18, Abril, 2014].
- Talavera, A. (2003). *Turismo, Cultura, Culturas Políticas*. [em linha] Horizontes Antropológicos, Disponível em <http://www.uesc.br/icer/resenhas/resenhatalavera.pdf>. [Consultado em 8, Maio, 2013].
- Turismo do Centro (2014). Coimbra. *Turismo do Centro* [em linha]. Disponível em <http://www.turismodocentro.pt/pt/>. [ Consultado a 15, Março, 2014].
- Cunha,V. (2006). *Plano Estratégico de Coimbra: Diagnóstico Preliminar* (em linha). Câmara Municipal de Coimbra. Disponível em [http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800\\_urbanismo/PEPU\\_1fase/04-Diag.Final.pdf](http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800_urbanismo/PEPU_1fase/04-Diag.Final.pdf) [Consultado a 20 Fevereiro, 2014].

Cunha, V. (2007). Enquadramento geo-estratégico: enquadramento nacional e regional. [em linha].Coimbra: Câmara Municipal de Coimbra. Coimbra. Disponível em [http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800\\_urbanismo/PEPU\\_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf](http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800_urbanismo/PEPU_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf) [Consultado a a 20, Fevereiro, 2014 ].

Daniel, A. (2010). Caraterização do sector turístico em Portugal: produtos e Destinos Turísticos de Excelência [em linha] Barcelos, Disponível em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n14/n14a16.pdf> [Consultado a 22 de Outubro 2014].

Dias, I. (2010), Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e o Profano [em linha]. Coimbra: FLUC. Disponível em [https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/15296/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20mestrado\\_Isabel%20Dias.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/15296/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20mestrado_Isabel%20Dias.pdf) .[ Consultado a 25, Setembro, 2014].

Cunha, V. ( 2006), Análise da Evolução do Turismo na cidade de Coimbra [em linha]. Coimbra: Delloite. Disponível em [http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800\\_urbanismo/PEPU\\_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf](http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800_urbanismo/PEPU_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf). [Consultado em 13, Abril, 2014].

Instituto Nacional de Estatística ( 2014). Análise da Evolução do Cultura e entretenimento na cidade de Coimbra: categorias de cinema, espectáculos ao vivo e publicações periódicas. [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em [http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800\\_urbanismo/PEPU\\_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf](http://www.cm-coimbra.pt/ficheiros/800_urbanismo/PEPU_1fase/03-Enquad.Geo-Estrat.pdf). [Consultado em 13, Abril, 2014].

Instituto Nacional de Estatística ( 2014). Despesas da Câmara Municipal de Coimbra em actividades culturais na cidade de Coimbra. [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em [http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D209714927%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrnf3P9XWnEnT8X5VyvuVwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s](http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D209714927%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrnf3P9XWnEnT8X5VyvuVwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s).

Instituto Nacional de Estatística ( 2014). Museus e Despesas da Câmara Municipal de Coimbra na cidade de Coimbra [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em [http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D209714927%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrnf3P9XWnEnT8X5VyvuVwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s](http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D209714927%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrnf3P9XWnEnT8X5VyvuVwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s)

Instituto Nacional de Estatística ( 2014). Publicações Periódicas: jornais e revistas em Coimbra: número de recintos de espectáculos ao vivo em número de bens imóveis de Coimbra na cidade de Coimbra [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em <http://www.google.pt/url?>

[sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D209714927%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s](http://www.ine.pt/Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D209714927%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s).

Instituto Nacional de Estatística ( 2014). Museus e Galerias de Arte na cidade de Coimbra [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em [http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D209714927%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s](http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D209714927%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=P4FkVleKB5LjauingfgH&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s).

Ferreira, C. (2001). Grandes eventos e revitalização cultural das cidades: 2014 em um ensaio problematizante a propósito das exposições da Expo 98 e do Porto 2001 [em linha] Coimbra: Centro de Estudos Sociais. Disponível em <http://www.ces.uc.pt/nucleos/neccurb/media/territoriosdoturismo.pdf> [ Consultado em 25, Setembro, 2014].

Ferreira, C. (2003), Intermediação Cultural e Grandes Eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas [em linha]. Coimbra. Centro de Estudos Sociais. Disponível em <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/167.pdf> . [ Consultado em 25, Setembro, 2014].

Fundação Bissaya Barreto (2014) A fundação: missão, visão e valores [em linha] . Coimbra: Fundação Bissaya Barreto. Disponível em <http://www.fbb.pt/> [Consultado a Junho, 18, 2014].

Gomes, C. (2008). Imagens e Narrativas entre a cidade real e a cidade re (imaginada) [ em linha]. Disponível em [http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097\\_RCCS83-055-078-CarinaSousaGomes.pdf](http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097_RCCS83-055-078-CarinaSousaGomes.pdf). [ Consultado em 11, Junho, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2012[em linha].Coimbra: INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=209571958&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=209571958&PUBLICACOESmodo=2) [ Consultado em 14 Fevereiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2012. [em linha]. Coimbra: INE. Disponível em [http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D209714927%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=yTxIVIKrL9fcapCUgegP&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s](http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D209714927%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=yTxIVIKrL9fcapCUgegP&usg=AFQjCNHLVNrf3P9XWnEnT8X5VyvuvwSeQ&bvm=bv.79189006,d.d2s). [Consultado em 10 Janeiro, 2014 ].



Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2011.[em linha]. Coimbra. INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=150035846&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=150035846&PUBLICACOESmodo=2) [ Consultado em 11 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2010. [em linha].

INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2) [ Consultado em 10 Janeiro, 10, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2009. [em linha].

INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=102943595&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=102943595&PUBLICACOESmodo=2) [ Consultado em 10 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2008. [em linha]. INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=79281345&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=79281345&PUBLICACOESmodo=2)[Consultado em 11 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2007. [em linha] INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=42949141&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=42949141&PUBLICACOESmodo=2) [Consultado em 10 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2006.[em linha]. INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=11292019&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=11292019&PUBLICACOESmodo=2) [Consultado a 10 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2005. [em linha] INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=6094472&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=6094472&PUBLICACOESmodo=2) [Consultado a 12 Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2004. [em linha] INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=136481&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=136481&PUBLICACOESmodo=2) ([Consultado 11, Janeiro, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2003. [em linha]. INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=136328&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=136328&PUBLICACOESmodo=2) [Consultado 12 Janeiro, 12, 2014].

Instituto Nacional de Estatística (2014). Anuário Estatístico da Região Centro 2002. [em linha]. INE. Disponível em [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=136198&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=136198&PUBLICACOESmodo=2) [Consultado 12 Janeiro, 2014].

Oliveira, S. & Januário, M. (2007). Os eventos como potencializadores do turismo regional: o festival de Inverno Bahia [em linha]. Disponível em [https://www.google.pt/?gfe\\_rd=cr&ei=84E5VMvNKe6r8weJ2oGoBg&gws\\_rd=ssl#q=Oliveira%2C+S.+%26+Janu%C3%A1rio%2C+M.+\(+2007\).+Os+evento.](https://www.google.pt/?gfe_rd=cr&ei=84E5VMvNKe6r8weJ2oGoBg&gws_rd=ssl#q=Oliveira%2C+S.+%26+Janu%C3%A1rio%2C+M.+(+2007).+Os+evento.) [ Consultado em 10, Outubro, 2014].

Pérez, X. (2009). Turismo Cultural: uma visão antropológica [em linha]. Disponível em <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf>. [Consultado a 4, Abril, 2014].

## **Bibliografia de Referência para o Estudo**

Brito, Henriques, E. (2003). A cidade, destino de turismo. Revista da Faculdade de Letras – XIX, 163-172.

Cluzeau, C. (2007). Le tourisme Culturel : Dynamique et prospective d'une passion durable.1, 1-96.

Connor, O`. Culture and the competitive city “ Changing Cities”: the culture industries scale and location “ volume, 97- 153.

Costa, A. (1997). Politicas Culturais: Conceitos e Perspectivas. Observatório das Actividades Culturais, Coimbra:, 2, 10-14.

Fortuna, C. (2006). A alta da cidade de Coimbra: processos de revalorização patrimonial e dinâmicas de recomposição sociocultural. Coimbra. Revista Crítica de Ciências Sociais.

Fortuna, C. et al. (2006). Caraterização sociodemográfica da Alta de Coimbra: Relatório para o Gabinete Técnico Local da Alta, Coimbra: Centro de Estudos Sociais.

Gomes, R. & Ribeiro, J. (2001). A cidade e cultura: novas politicas, novas urbanidades. Actas do encontro temático intercongressos, Porto, Centro de Estudos Sociais.

Sousa, M. (2011). Como fazer investigações, dissertações, teses e relatórios. Coimbra, Edição de Ciências Sociais e Política Contemporânea.

**Anexo 1****Conclusões de dados estatísticos das entradas de turistas no Posto de Turismo de Coimbra**

## • 2008

To5 dos países que mais visitaram Coimbra	Número registado (milhares)
Espanha	23,029
França	10,381
Itália	5,351
Alemanha	4,882
Holanda	4,274
Total de visitas	Número registado (milhares)
Total de estrangeiros	69,269
Total de portugueses	12,558
Total geral	81,827

Fonte: (Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2008)

## • 2009

<b>To5 dos países que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Espanha	27,864
França	10,692
Itália	4,463
Alemanha	4,812
Holanda	4,276

<b>Total de visitas</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Total de estrangeiros	69,862
Total de portugueses	11,954
Total geral	81,816

Fonte:( Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2009)

- 2010

<b>To5 dos países que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Espanha	26620
França	10480
Itália	4624
Alemanha	4570
Holanda	4192

<b>Total de visitas</b>	<b>Número registado (milhares)</b>	
Total de estrangeiros	68715	
Total de portugueses	10425	
Total geral	79140	

Fonte:( Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2010)

- 2011

<b>To5 dos países que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Espanha	24549
França	9729
Brasil	4618
Alemanha	4436
Itália	3943

<b>Total de visitas</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Total de estrangeiros	64351
Total de portugueses	9369
Total geral	73720

<b>To5 das cidades portuguesas que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Coimbra	3439
Lisboa	3098
Porto	933
Braga	262
Santarém	218
Total geral	9369

Fonte:( Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2011)

- 2012

<b>To5 dos países que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Espanha	16060
França	8941
Brasil	4194
Alemanha	4178
Holanda	3534

<b>Total de visitas</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Total de estrangeiros	51102
Total de portugueses	8421
Total geral	59523

<b>To5 das cidades portuguesas que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Coimbra	3517
Lisboa	2743
Porto	882
Aveiro	145
Santarém	123
Total geral	8421

Fonte: (Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2012)

- 2013

<b>To5 dos países que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Espanha	16105
França	7179
Alemanha	4205
Brasil	3533
Holanda	2970

<b>Total de visitas</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Total de estrangeiros	47334
Total de portugueses	6809
Total geral	54143

<b>To5 das cidades portuguesas que mais visitaram Coimbra</b>	<b>Número registado (milhares)</b>
Coimbra	2448
Lisboa	2083
Porto	670
Braga	205
Santarém	152
Total geral	6809

Fonte: (Dados estatísticos do Turismo do Centro referentes a 2013)

- Principais conclusões

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total de estrangeiros (n)	69269	69862	68715	64351	51102	47334
Total de portugueses (n)	12558	11954	10425	9369	8421	6809
Total geral	81827	81816	79140	73720	59523	54143
Top 5 cidades portuguesas	—	— —	—	Coimbra/ Lisboa/ Porto/ Braga/Santarém	Coimbra/ Lisboa/ Porto/Aveiro/ Santarém	Coimbra/Lisboa/ Porto/Braga/ Santarém
Sazonalidade	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto	Agosto

Fonte: (De acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2008 a 2013)



## Anexo 2

- Indicadores da Hotelaria

Ano	Estada média de hóspedes estrangeiros (n de noites)	Capacidade de alojamento por 1000 habitantes	Hóspedes por habitante	Propensão de hóspedes (%)	Dormidas em estabelecimentos hoteleiros por 100 habitantes (n)
2012	1,6	19,2	1,8	49,4	274,4
2011	1,6	18,5	1,8	47,8	276,2
2010	1,5	17,0	1,8	46,0	278,0
2009	1,5	16,7	1,6	46,2	241,4
2008	1,5	16,8	1,7	49,5	255,8
2007	1,5	16,5	1,7	53,0	259,3
2006	1,4	16,2	1,7	52,9	250,0
2005	1,5	16,2	1,6	49,5	238,8
2004	1,5	16,2	1,5	53,8	221,4

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2004 a 2012)

Ano		Dormidas (n)		Hóspedes (n)				
	Total (n)	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
2012	381854	313638			248206	205053		
2011	396396	316165			263231			
2010	365465		49627		240779	159051	23960	
2009	322054	226236	48170	47648	215327		23627	32649
2008	346160		48442		383080		25032	
2007	355730		51826		234748		26831	
2006	367644		47496		232629		22529	
2005	336349		49565		219542		23866	
2004	315342		45420		210644		23418	

2002	316493		43150		212537		23930	
------	--------	--	-------	--	--------	--	-------	--

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2002 a 2012)

### Anexo 3

- **Anuário estatístico de Coimbra 2003/2012: Nível cultural**
- **Categorias de Cinema, espectáculos ao vivo e publicações periódicas**

<b>Ano</b>	<b>Cinema</b>		<b>Espectáculos ao vivo</b>			<b>Publicações periódicas</b>
	Espectadores por habitante (n)	Taxa de ocupação (%)	Recintos de espectáculos (lotação média das salas)	Espectadores por habitante (n)	Valor médio dos bilhetes vendidos (euros)	Exemplares distribuídos (n)
2012	1,5	9,2			34,7	19,9
2011	1,7	10,2	291	0,8	18,2	17,8
2010	1,8	10,7	257	1,7	55,1	19,0
2009	1,7	11,7		1,1	12,5	21,7
2008	2,2	10,4		1,5	9,6	24,1
2007	1,9	10,7		0,6	8,2	15,3
2006	1,7	11,5		0,8	7,9	
2005	1,5	14,4		0,7	7,3	
2004	1,5	14,4		0,7	7,3	
2003	1,6	12,1		1,2	15,4	

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2003 a 2012)

#### Anexo 4

- Categoria: Visitantes por museu e despesas da Câmara na cultura

<b>Ano</b>	<b>Museus</b>		<b>Despesas das câmaras municipais em actividades culturais e despesas por habitante (euros)</b>	<b>Despesa total em cultura e desporto (%)</b>
	<b>Visitantes por museu (n)</b>	<b>Propensão de visitantes escolares (%)</b>		
2012	17348	56,1	113,3	17,0
2011	34444	30,8	61,6	5,8
2010	25504	35,0	70,0	10,5
2009	14283	38,9	78,1	10,7
2008	10673	37,5	56,3	8,7
2007	10673	37,4	67,0	11,4
2006	12126		66,0	11,4
2005	13321		63,1	19,4
2004	13321		109,4	19,4
2003	13654		207,8	33,5

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2003 a 2012)

**Anexo 5**

- Anuário estatístico de publicações em Coimbra
- Categoria: Número de publicações de jornais, revistas e exemplares vendidos

<b>Ano</b>	<b>Publicações periódicas</b>			
	<b>Total (n)</b>	<b>Circulação de jornais (n)</b>	<b>Circulação de revistas (n)</b>	<b>Total de exemplares vendidos (n)</b>
2012	72	6683382	228809	5596292
2011	64	8091936	627484	7240406
2010	58	7436626	278120	6293139
2009	63	7537956	262011	6196603
2008	66	8005023	234257	6548634
2007	59	6938926	423301	6361295
2006	59	6938926	423301	6361295
2004	51	3899553	430899	3718086
2003	44	4499798	380928	4264761

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2003 a 2012)

## Anexo 6

- Anuário estatístico de Recintos de Espectáculo e Espectáculos ao vivo em Coimbra

Ano		Recintos de espectáculos		Espectáculos ao vivo		
	Salas ou espaços (n)	Total de lugares (n)	N de lugares sentados (n)	Sessões (n)	Espectadores (n)	Bilhetes vendidos (n)
2012				769	124606	85789
2011	7	2034	1470	477	113434	54437
2010	7	1802	1337	583	231337	154816
2009	5		675	144	55658	694
2008	5			991	201891	48984
2006	4			601	78850	44356
2005	4			565	106713	55207
2004	4			584	101459	46089
2003	4	1214		444	177513	134913
2002				385	97666	
2001				304	79380	

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2001 a 2012)

**Anexo 7**

- Anuário estatístico de bens imóveis em Coimbra

<b>Ano</b>	<b>Bens imóveis</b>			
	Monumentos	Total de bens imóveis	Monumentos Nacionais	Imóveis de interesse público
2012	40	53	27	24
2011	39	52	27	23
2010	31	42	25	16

Fonte:( de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2010 a 2012).

**Anexo 8**

- Anuário estatístico de Museus e Galerias de arte em Coimbra

<b>Ano</b>		<b>Museus</b>	<b>Galerias de arte e outros espaços</b>		
	Número de museus	Número total de visitantes	Número total	Exposições temporárias	Obras expostas
2012	4	69393	19	130	3096
2011	4	137774	21	130	2657
2010	5	127522	25	152	4030
2009	8	314267	25	227	4797
2008	7	96108	25	199	4820
2006	8	85387	30	208	5224
2005	7	84884	32	217	5476
2004	7	132244	26	251	5003

## Anexos

2003	6	81922	31	220	5030
2002	5	82593	17		

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2002 a 2012)

### Anexo 9

- Anuário estatístico de despesas da câmara municipal em actividades culturais em Coimbra

Ano	Património (N)		Publicações e literatura (N)					
	Total	Museus	Total	Bibliotecas	Música	Artes cénicas	Actividades socioculturais	Recintos culturais
2012	1244	287	793	740	535	227	374	132
2011	1437	381	806	750	470	249	381	132
2010	1371	345	793	673	531	265	413	39
2009	1388	411	839	708	761	255	345	27
2008	1189	384	782	706	512	188	170	10
2006	1166	309	1278	1197	617	231	292	48
2005	1381	377	1570	1481	797	298	947	
2004	1051	277	1495	1495	1050	272	1440	
2003	776	195	1068	1029	860	360	1017	
2002	704	234	810	810	864	308	1014	

Fonte: (de acordo com o INE, segundo o Anuário estatístico da Região Centro no período de 2002 a 2012)

## Anexo 10

- Síntese: Retrospectiva do ano 2003

<b>Janeiro</b>	A capital da Cultura começou a 24 de Janeiro, com a confiança de Abílio Hernández, de que será um evento capaz de mudar o panorama cultural da região.
<b>Fevereiro</b>	<p>A capital da cultura concretiza um sonho de 23 anos de Albano da Silva, com a criação do Centro de Artes Visuais (CAV). De acordo com Durão Barroso (2003), simbolizava o novo Serralves da cultura portuguesa.</p> <p>Também em Fevereiro, bem como ao longo do ano, é pensado um projecto de renovação para a baixa de Coimbra, que contaria com uma reestruturação de zonas de habitação e comércio, perspectivando-se uma conclusão das obras em 2008.</p>
<b>Março</b>	O arquitecto Gonçalo Byrne propõe uma transformação na Praça da República, criando um parque de estacionamento subterrâneo.
<b>Abril</b>	Realizou-se na Praça da República uma maratona de música, com o intuito de divulgação da canção nacional.
<b>Maio</b>	Conferência internacional sobre a renovação da baixa, sendo este o projecto mais ambicioso da Câmara de Coimbra
<b>Junho</b>	Ópera Inês de Castro é apresentada no Pátio da Universidade, sendo considerado o espectáculo musical do ano em Coimbra. Quase no final do mês, é inaugurado o Pavilhão Centro de Portugal, o mesmo que



	<p>tinha representado o país na exposição mundial de Hannover no ano 2000.</p>
<b>Julho</b>	<p>Realização do festival aéreo, que reuniu inúmeras pessoas.</p>
<b>Agosto</b>	<p>Os pequenos autocarros eléctricos, denominados Pantufinhas, começaram a circular à experiência pelas ruas da Alta, já com data oficial de inauguração da linha marcada para 8 de Setembro.</p>
<b>Setembro</b>	<p>Encontros mágicos. O Convento de S. Francisco abre parcialmente ao público, para acolher eventos da Coimbra 2003.</p> <p>Também a banda Rolling Stones chega a Coimbra para um concerto que ficou na história da cidade, como um dos eventos do ano: milhares de pessoas encheram a cidade, sendo o concerto assistido por 45000 pessoas, que se entusiasmaram com a banda. Foi, sem dúvida, um evento de sucesso.</p>
<b>Outubro</b>	<p>Espectáculo único da Capital da cultura, com a música como principal anfitrião, denominado Coimbra Vibra.</p>
<b>Novembro</b>	<p>Oficialização da integração da área metropolitana em Coimbra.</p> <p>Proposta de criação de uma empresa municipal destinada aos assuntos do Turismo e que deveria desenvolver a marca Coimbra, como produto turístico de excelência e qualidade.</p>
<b>Dezembro</b>	<p>Começa a desenhar-se o fim da Coimbra 2003: este projecto concluiu-se a 22 de Dezembro com a inauguração do Relógio do Sol. Coimbra 2003, é considerada como uma mais-valia cultural.</p>

Fonte: (de acordo com o Diário de Coimbra referente ao ano de 2003)

## **Anexo 11**

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média

Dimensão: **Coimbra 2003, Capital da Cultura**

### **Inquérito**

Data\_\_\_\_\_Local\_\_\_\_\_Inquiridor\_\_\_\_\_

O presente questionário faz parte de uma tese de mestrado que tem como objectivo analisar a importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades, tendo como estudo de caso, o evento 2003, Coimbra capital da cultura. Tendo como base este evento, pretende-se elaborar uma comparação da cultura na cidade no ano 2003 e no presente ano. Toda a informação recolhida é de carácter confidencial. Agradeço, desde já, a sua colaboração, que com toda a certeza, terá um grande contributo nas conclusões desta investigação.

Ana Filipa Matos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média

Dimensão: **Coimbra 2003, Capital da Cultura**

**I: Caracterização Sociodemográfica:**

**Identificação**

1.1. Idade: 16-18 ☐ 19-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50-69 ☐  
> De 70 anos ☐

1.2 Género:

Masculino ☐ Feminino ☐

1.3 Residência habitual:

Coimbra ☐ Freguesia : \_\_\_\_\_

Outra cidade : ☐ Qual: \_\_\_\_\_

Outro país ☐ Qual: \_\_\_\_\_

1.4 Habilitações Académicas:

Básico ☐

Secundário ☐

Licenciatura ☐

Mestrado ☐

Doutoramento ☐

1.5.Ocupação

Estudante

☐

Activo (a)

☐

Desempregado (a)

☐

Reformado (a)

☐

Ana Filipa Matos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média

Dimensão: **Coimbra 2003, Capital da Cultura**

### Instruções

Este questionário procura conhecer a sua opinião, participação e satisfação sobre a cultura, na cidade de Coimbra. Por favor, responda a todas as perguntas. Se não tiver a certeza da resposta a dar a uma pergunta, escolha a que lhe parecer mais apropriada.

### II: Participação e Satisfação

As perguntas seguintes dizem respeito ao evento no ano 2003, em que a cidade de Coimbra foi capital da cultura.

#### 2.1. Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?

Sim ☐ Não ☐

#### 2.2. Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma actividade cultural desse evento?

Sim ☐ Não ☐

#### 2.3. Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?

Todos os dias	<input type="checkbox"/>
Fins-de-semana	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Mensalmente	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Uma vez durante todo o ano

Nunca

☐

**2.4. Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?**

Concertos ☐ Teatro ☐ Convívio ☐ Exposições ☐  
 Dança ☐ Arte ☐ Cinema ☐  
 Outro: ☐ Qual \_\_\_\_\_

**2.5. Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade? (escolha só uma opção).**

Internet ☐  
 Cartazes ☐  
 Passa a palavra ☐  
 Jornais ☐  
 Rádio ☐  
 Televisão ☐  
 Outro ☐ Qual \_\_\_\_\_

**2.6. Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano?**

Insatisfeito ☐  
 Pouco Satisfeito ☐  
 Satisfeito ☐  
 Muito satisfeito ☐  
 Extremamente satisfeito ☐

**2.7. Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?**

Nada importante

☐

Pouco importante

☐

Anexos

Moderadamente importante

☐

Muito importante

☐

Extremamente importante

☐

Ana Filipa Matos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média

Dimensão: **Coimbra 2003, Capital da Cultura**

### III: Participação e Satisfação

As perguntas seguintes dizem respeito aos eventos e programação cultural respectiva ao presente ano 2014, na cidade de Coimbra.

#### 3.1. Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano?

Sim ☐ Não ☐

#### 3.2. Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma actividade cultural realizada na cidade?

Sim ☐ Não ☐

#### 3.3. Com que regularidade participa/assiste a actividades culturais na cidade de Coimbra?

Todos os dias	<input type="checkbox"/>
Fins-de-semana	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Mensalmente	<input type="checkbox"/>
Uma vez durante todo o ano	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

#### 3.4. Qual é a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?

Concertos	<input type="checkbox"/>	Teatro	<input type="checkbox"/>	Convívio	<input type="checkbox"/>	Exposições	<input type="checkbox"/>
							<input type="checkbox"/>



Dança ☐ Arte ☐ Cinema ☐ Outro: ☐  
Qual \_\_\_\_\_

**3.5. Como tem conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, neste ano, na cidade? (escolha apenas uma opção).**

Internet ☐  
Cartazes ☐  
Passa a palavra ☐  
Jornais ☐  
Rádio ☐  
Televisão ☐  
Outro ☐ Qual \_\_\_\_\_

**3.6. Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano?**

Insatisfeito ☐  
Pouco satisfeito ☐  
Satisfeito ☐  
Muito satisfeito ☐  
Extremamente satisfeito ☐

**3.7. Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?**

Nada importante ☐  
Pouco importante ☐  
Moderadamente importante ☐  
Muito importante ☐  
Extremamente importante ☐

Ana Filipa Matos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média

Dimensão: **Coimbra 2003, Capital da Cultura**

#### **IV: Evolução da Cultura na cidade de Coimbra**

As questões seguintes dizem respeito à evolução da cultura na cidade de Coimbra, desde o ano 2003 até ao ano 2014 (última década).

##### **4.1. Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?**

Má	<input type="checkbox"/>
Fraca	<input type="checkbox"/>
Razoável	<input type="checkbox"/>
Boa	<input type="checkbox"/>
Muito boa	<input type="checkbox"/>
Excelente	<input type="checkbox"/>

##### **4.2. Actualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?**

Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

##### **4.3. O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?**

Sim	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

Fim

Muito obrigada pela sua colaboração

Ana Filipa Matos

## Anexo 12

### Guião da entrevista à entidade Turismo do Centro

#### I) Informação sobre a entidade a entrevistar

- 1) Quais as funções e competências desta entidade?
- 2) Como é a estrutura funcional desta entidade? Isto é, em que departamentos se divide e que acções são desempenhadas por cada um deles?
- 3) Que papel é que esta entidade desempenha na região centro?
- 4) Quais são as principais missões e objectivos desta entidade?

#### II) Atractividade turística na cidade de Coimbra

- 1) Quais são, na sua opinião, os principais símbolos turísticos que caracterizam a imagem da cidade?
- 2) Como se realiza a promoção desses mesmos símbolos turísticos?
- 3) Quais são os recursos que a cidade de Coimbra tem que as outras cidades não têm? Ou seja, quais são os pontos fortes caracterizadores da cidade?
- 4) E, quais são as principais carências e dificuldades, da cidade, a nível turístico?
- 5) Que tipo de acções, têm sido desenvolvidas ou estão para se desenvolver, a nível turístico, num futuro próximo?

#### III) Estratégia para a promoção do turismo na cidade

- 1) Quais são os recursos da cidade que a entidade mais valoriza para a sua promoção turística?
- 2) Que tipo de material promocional é que a entidade possui?
- 3) Qual o principal objectivo desse material?
- 4) Quais são os principais recursos que são incluídos nesse material?
- 5) Como é divulgado esse material pela comunidade?

#### IV) A inserção dos eventos na promoção turística da cidade de Coimbra

- 1) A entidade, promove o turismo da cidade, através de eventos?
  - 1.1.) Se sim, que tipo de eventos?

1.2.) Que tipos de eventos têm mais destaque na cidade de Coimbra?

2.1.) Abordando um evento que marcou a história do desenvolvimento da cidade de Coimbra, “Coimbra 2003, capital da cultura”, na sua opinião, este trouxe benefícios para a cidade a nível turístico e cultural?

2.2.) Se sim, quais?

3) Pensa que eventos, deste género, são uma boa estratégia de desenvolvimento turístico-cultural das cidades?

V) Questões finais sobre o entrevistado

1) Quais são as suas principais funções na entidade?

2) Qual o seu percurso profissional até chegar à entidade?

**Transcrição da entrevista realizada**

**Filipa:** Quais as funções e competências desta entidade?

**João:** A entidade Turismo do Centro caracteriza-se por ser uma instituição que actua na Região Centro, tendo a sua sede em Aveiro. Actualmente possui sete delegações onde se destaca Castelo Branco, Coimbra, Leiria/ Fátima, Tomar, Oeste, Aveiro, Serra da Estrela e Viseu/ Dão-Lafões.

É uma entidade de turismo, que como já referi, actua sob o âmbito territorial, circunscrito à Nut II Centro, e que desenvolve o seu trabalho com vista ao contínuo desenvolvimento e sucesso da actividade turística em Portugal, nomeadamente, na região Centro.

**Filipa:** Qual a estrutura funcional desta entidade? Como está dividida?

**João:** Os órgãos sociais desta entidade são a Assembleia Geral, a Comissão Executiva, o Conselho de Marketing e o Fiscal Único.

**Filipa:** Sendo uma entidade de referência a nível turístico, que papel é que esta desempenha na região Centro?

**João:** A entidade Turismo do Centro é uma instituição que possui um sistema de gestão de qualidade que actua na elaboração de acções e estratégias para uma boa estruturação dos serviços turísticos, da racionalização dos recursos existentes, e como tal, uma

consequente melhoria do território e captação de um maior número de clientes para a região.

Resumidamente, a entidade, procura desenvolver e dinamizar os melhores recursos da região, e promovê-los da melhor forma, captando e atraindo mais clientes, criando mais visibilidade e notoriedade à Região Centro. Como tal, a região procura tornar-se, cada vez mais competitiva, diferenciadora e de excelência, não só para quem a visita, mas para quem vive nela.

**Filipa:** Para que tal aconteça e de acordo com o trabalho que tem sido desenvolvido até então, quais são as principais missões e objectivos desta entidade?

**João:** O principal objectivo desta entidade, e de qualquer entidade regional de turismo, é a dinamização e valorização do turismo e das áreas a que pertence, juntamente, com os serviços e recursos que possui, de acordo com as políticas e planos de turismo definidos pelo Governo.

É fundamental aproveitar os melhores recursos da região e potenciá-los com o seu contínuo desenvolvimento, contribuindo dessa forma, para que a região possa ter elementos diferenciadores de todas as outras, sendo como tal, um elemento de grande atractividade turística.

Neste momento, com a contínua visibilidade e crescimento da actividade turística no nosso país, é fundamental apostar em outros segmentos menos desenvolvidos até agora, no turismo. Criar novos produtos no mercado turístico, é imprescindível, para tornar uma região mais competitiva e diversificada, relativamente às outras.

### **Atractividade turística na cidade de Coimbra**

**Filipa:** Quais são, na tua opinião, os principais símbolos turísticos que caracterizam a cidade de Coimbra?

**João:** A cidade de Coimbra, continua a ser muito reconhecida, em parte, pela sua Universidade, pelo seu centro histórico e por todos os monumentos que contém. Penso que, estes três elementos, são os que definem melhor Coimbra, e que continuam a ser os principais motivos de escolha, para visitar a cidade.

Apesar de se começar a assistir a um desenvolvimento e diversificação de outros elementos turísticos presentes na cidade, estes são os que continuam a destacar-se e a diferenciar a cidade como tal.

**Filipa:** Como se realiza a promoção desses mesmos elementos turísticos?

**João:** Esses elementos turísticos são promovidos pelas próprias entidades, pelas entidades de turismo, como o Turismo do Centro, e com uma maior tendência pela realização de vários eventos que promovem esses mesmos símbolos.

Actualmente, o número de eventos realizados na cidade de Coimbra, tem crescido bastante, o que é muito positivo, para a promoção desses elementos, como da cidade a nível nacional e internacional.

Também a nível promocional, temos os postos de turismo espalhados pelo território com várias informações disponíveis da região Centro.

**Filipa:** E, quais são as principais carências e dificuldades, da cidade, a nível turístico?

**João:** Apesar de já se começarem a desenvolver e apostar em outros nichos de turismo na cidade de Coimbra, esta ainda continua a ser demasiado associada apenas à sua história e à Universidade. É realmente preciso apostar em outros segmentos, como está a ser feito, actualmente.

Não obstante, outro problema que continua a existir, é a falta de equipamentos hoteleiros que igualem a procura. O número de camas não é suficiente, para a procura que a cidade tem, e como tal, há uma insuficiência significativa na fixação de turistas. Estes até têm o interesse de visitar e conhecer a cidade, mas não ficam alojados nesta. Ou então, apenas ficam um ou dois dias no máximo.

Este continua a ser o grande problema da cidade, a fixação dos turistas. É importante que sejam criados novos equipamentos hoteleiros e de residência para captar a permanência dos turistas e visitantes na cidade.

**Filipa:** Que tipo de acções têm sido desenvolvidas ou estão para se desenvolver, a nível turístico, num futuro próximo?

**João:** Para potenciar o desenvolvimento da Região Centro têm sido realizadas parcerias com as câmaras e agentes públicos e privados no sentido de juntar várias entidades para uma melhor promoção e trabalho duplo na divulgação dos destinos. Neste sentido, pensamos que quanto mais parcerias forem realizadas, mais receitas serão geradas na região, e no país. Quando as pessoas se juntam a trabalhar no mesmo sentido, na mesma linha, é mais fácil, mais produtivo e rentável. De certa forma, pensamos que é na junção das várias entidades e agentes turísticos, que se poderá desenvolver ainda mais e melhor, a actividade turística na região.

Todo este processo está a ser realizado na cidade de Coimbra: actualmente estão ainda a ser feitas reestruturações em várias entidades turísticas.

Como já tinha referido, estão a ser desenvolvidos e divulgados novos nichos de turismo na cidade, como o turismo médico/ de saúde e bem-estar: aproveitando o prestígio e visibilidade do Hospital da Universidade de Coimbra sendo assim possível desenvolver e dinamizar melhor este tipo de turismo, que cada vez é mais procurado e requisitado. Num momento em que cada vez se privilegia e dá mais atenção à saúde, é essencial, potenciar este produto, que tem um enorme potencial de atractividade na cidade, e que a pode beneficiar muito.

O turismo histórico e cultural, já muito presente na cidade, continua a ser desenvolvido e dinamizado, por parte das entidades e agentes turísticos. Tomemos o exemplo do Museu Nacional Machado de Castro, que tem sido, uma enorme fonte de atracção e de visitas para os turistas e visitantes, quando vão à cidade de Coimbra.

Também se tem apostado no turismo de negócios, que também continua em crescimento em todo o país, e que em Coimbra precisa de ser mais desenvolvido. Apesar de a cidade possuir equipamentos e instalações para que sejam realizados congressos, conferências, palestras, entre outros, falta um local maior, central, mais atractivo e que permita alojar uma grande quantidade de pessoas. É nesse sentido, que está a ser criado o Centro de Congressos na cidade, que poderá ser um elemento muito importante para o desenvolvimento deste tipo de turismo na cidade. Com certeza, que este espaço irá aumentar bastante o número de receitas turísticas à cidade, e por conseguinte, aumentar a sua visibilidade e atractividade, combatendo assim, os períodos de época baixa, característicos da forte sazonalidade do turismo.

### **Estratégia para a promoção do turismo na Região Centro**

**Filipa:** Quais são os tipos de turismo que são mais valorizados para a promoção da região Centro?

**João:** O touring cultural e paisagístico continua a ser muito valorizado, bem como o turismo de natureza, a gastronomia e vinhos, o turismo náutico, de negócios e o turismo religioso (que tem registado uma maior afluência com as visitas a Fátima, e a sua importância internacional. Estes são os produtos mais importantes e que pretendemos continuar a desenvolver e a dinamizar na nossa região.

São estas duas linhas em que nos focamos mais: património e cultura, saúde e bem-estar, a religião que também pode estar associada ao bem-estar e cultura, e também o turismo de negócios que tem registado um crescimento contínuo. Outro tipo de turismo ainda presente na Região Centro é o turismo residencial. Apesar de ser mais pontual tem uma afluência significativa na zona do Oeste.

**Filipa:** Perante todas as informações que me foste transmitindo, o que é necessário ser feito na região e que está em maior carência?

**João:** É importante que exista um maior envolvimento da comunidade com os agentes/ entidades turísticas, pois com a sua entreaajuda é muito mais fácil a divulgação e desenvolvimento turístico da região. Tem sido um trabalho difícil e longo para nós, principalmente com as reestruturações nesta zona. Nós mudamos o nosso território, alteramos a nossa identidade e isso dificulta a nossa função de divulgar à comunidade quem somos e o que fazemos, porque estamos em constante mudança.

Também é necessário aumentar o número de camas, de oferta a nível de alojamento, principalmente na cidade de Coimbra, bem como continuar a desenvolver parcerias entre várias entidades e agentes turísticos e não actuar isoladamente.

### **A inserção dos eventos na promoção turística da cidade de Coimbra**

**Filipa:** A entidade promove o turismo, através de eventos? Se sim, quais?

**João:** Na cidade de Coimbra, além dos eventos que decorrem todos os anos, como várias feiras, festas municipais, festa da cidade, Queima das Fitas, entre outras, a cidade acolhe muitos eventos culturais associados também à história e ao património da mesma.

Neste sentido, acho que os eventos, são uma estratégia cada vez mais importante e utilizada para promover destinos e produtos turísticos, chegando facilmente à comunidade, e sendo um recurso muito atrativo e que gera um grande impacto e feedback positivo. Como tal, seguindo esta tendência positiva, a cidade tem acompanhado essa realização de eventos. Muitos destes são realizados nas próprias entidades ou locais turísticos, juntando vários recursos e tipos de turismo no mesmo evento.

Também os eventos musicais, como a realização de concertos e os gastronómicos, com a realização de feiras e workshops têm ganho destaque na cidade, e como tal, têm dado mais visibilidade e notoriedade à mesma.

Há uma consciencialização cada vez maior da importância que os eventos têm na promoção e divulgação dos produtos e serviços da região, bem como do encontro de pessoas e das receitas que geram à cidade, quando realizados nesta.

Assim, a maioria dos eventos realizados, quer de grande escala ou não, são sempre importantes e benéficos à cidade onde se realizam, sendo actualmente, uma das grandes apostas das entidades promotoras e agentes turísticos.



Felizmente, a cidade de Coimbra, começa a ser visitada por outro tipo de eventos (sem ser os que já existiam e se realizam todos os anos) e a captar outro tipo de públicos.

A captação de outro tipo de públicos (além do universitário) é fundamental para o aumento das receitas e fixação de visitantes e turistas (uma das grandes lacunas existentes na cidade a nível turístico).

A realização dos eventos também potencia o alojamento, na medida, em que as pessoas se instalam numa unidade hoteleira ou em outro tipo de alojamento, na duração do evento, potenciando essas entidades. Além destas, também os negócios locais são beneficiados, bem como todos os serviços da cidade. Por alguma razão se diz que o turismo é uma actividade que tem um efeito multiplicador, pois gera benefícios, a todas as actividades a ele associadas.

Além do que falei, os eventos também são importantes para combater a sazonalidade característica deste sector: na época baixa tentam contrariar a tendência continuando a atrair visitantes e a fixá-los, desenvolvendo os fluxos turísticos.

Por fim, pode-se perceber, que os eventos, são cada vez mais requisitados pelas entidades e empresas turísticas para a promoção e divulgação dos seus produtos, gerando inúmeros benefícios a inúmeros agentes e pessoas envolvidas no sector.

**Filipa:** Abordando um evento que marcou a história do desenvolvimento da cidade de Coimbra, “Coimbra 2003, capital da cultura”, na sua opinião, este trouxe benefícios para a cidade a nível turístico e cultural? Se sim, quais?

**João:** Como referi, todos os eventos geram benefícios, à cidade que os acolhe.

Pessoalmente, penso que o evento Coimbra 2003, Capital da Cultura foi benéfico para a cidade de Coimbra, pois, permitiu que se criassem vários equipamentos turísticos e culturais à cidade, gerando um grande número de eventos realizados nesse ano.

Deu grande visibilidade e notoriedade à cidade e permitiu que esta registasse um aumento da sua oferta turística.

Penso que a cidade ficou a ganhar e que teve muitos benefícios com este evento.

## Anexo 13

### Pré-projecto e guião

Entrevista à Ex-Vereadora da Cultura da cidade de Coimbra

- **Apresentação do entrevistado:** a Exma. Doutora Maria José Azevedo Santos é actualmente professora catedrática da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e directora do Arquivo da Universidade de Coimbra e ainda investigadora e Directora da Linha de Estudo e Publicação de Fontes, do Centro de História da Sociedade e da Cultura.
- É também académica correspondente da Academia Portuguesa da História, Sócia Fundadora da Sociedade de Estudos Medievais e membro eleito do Comité International de Paléographie Latine.
- As suas áreas de investigação científica estão relacionadas com a História Medieval, Paleografia, Diplomática e Ciências Documentais. Por conseguinte, a sua especialização está associada à paleografia e diplomática medievais e modernas, latinas e portuguesas. Por fim, actualmente as suas áreas de investigação estão relacionadas com a história da escrita, arquivos históricos e história da alimentação.
- Teve o cargo de vereadora da Cultura em 2009, e por conseguinte, vice presidente da Câmara Municipal de Coimbra, desde 2010.
- **Breve resumo da entrevista a realizar:** A entrevista que será realizada à Exma. Doutora Maria José Azevedo Santos, terá como principal objectivo o conhecimento mais aprofundado das suas funções como vereadora da cidade de Coimbra em 2009, e as acções que desenvolveu no âmbito cultural da cidade, com vista ao seu desenvolvimento e dinamização futuros.  
Como será referido posteriormente, esta entrevista tem uma grande importância para o desenvolvimento e conclusão da dissertação de mestrado, pois serão retribuídos conhecimentos e informações fundamentais da área que reforçarão a qualidade e a credibilidade deste projecto.
- **Motivos/fundamentos:** A presente dissertação foca o seu estudo e análise, na área turística e cultural da cidade de Coimbra, que pertence à região centro.  
Como tal, para uma melhor compreensão do funcionamento e áreas de actuação das principais entidades responsáveis pela cultura, e sua respectiva programação, na cidade

de Coimbra, pensa-se que será uma mais-valia, um contacto directo com a Dra. Maria José, ex-vereadora da Cultura em Coimbra, em 2009.

**Objectivos Gerais:**

Tomar conhecimento das principais funções do departamento da cultura da Câmara Municipal de Coimbra para o desenvolvimento da cidade em 2009;

Conhecer o conjunto de actividades e acções que se realizaram nesse ano;

Analisar o tipo de investimento que foi feito na cultura.

- **Objectivos específicos**

Tomar conhecimento das principais funções da entrevistada

Calendarização	Tempo
Antes	Preparação da entrevista (estudo sobre a entidade / pessoa a entrevistar e realização de um pré-projecto a entregar no dia da entrevista)
Durante	Realização da entrevista
Depois	Redacção da entrevista na dissertação, análise da mesma e conclusão da informação adquirida

- **Guião da entrevista**

**I) Informações sobre o departamento cultural da Câmara Municipal da Cultura no ano 2009**

- 1) Sabendo que a Câmara Municipal da Cultura, é a instituição máxima de representação da cidade, quais são as principais funções e áreas de competência desta entidade?
- 2) Como está organizada funcionalmente?
  - 2.1. Em que departamentos se divide?
  - 2.2. Muito sucintamente, que função tem cada departamento?
  - 2.3. Que tipo de pessoas trabalha nestes departamentos?
- 3) Quais são as principais áreas que merecem mais atenção por parte da Câmara, este ano?

**II) Informações sobre o departamento cultural da Câmara Municipal da Cultura em 2009**

- 1) Relativamente a este departamento, pode-me informar, quais são as principais funções deste?
- 2) Qual é a sua orgânica funcional, isto é, como está organizado? Que tipos de pessoas podem trabalhar neste departamento?
- 3) Quais são as principais acções que têm realizado este departamento? E as que pretende realizar, neste ano?

**III) Comunicação e divulgação da programação cultural de Coimbra feita pela CMC**

- 1) Que tipo de informações são disponibilizadas pelo departamento da cultura, da CMC, para a comunidade?
- 2) Como é feita a divulgação dessas mesmas informações? É adoptada algum tipo de estratégia de marketing para promover essa mesma informação?

**IV: Investimento que foi feito na cultura na cidade de Coimbra em 2009**

- 1) Na sua opinião, quais são os principais elementos culturais da cidade, isto é, aqueles onde se deve investir mais, pois trazem mais benefícios e desenvolvimento à cidade?
- 2) Nesta linha, sendo Coimbra uma cidade com uma vertente cultural muito forte e bem marcada, o que permite distingui-la sob o ponto de vista cultural de toas

as outras cidades portuguesas? Isto é, quais são os seus pontos culturais mais fortes?

- 3) Por outro lado, na sua opinião, quais são os principais problemas que a cidade enfrenta, culturalmente falando?

## **VI) Abordagem a um grande evento realizado na cidade: Coimbra 2003, Capital da Cultura**

- 1) Tendo sido Coimbra, cidade da Cultura, em 2003, ano que foi de enorme importância para a cidade, não só a nível cultural, mas a todos os níveis, o que pensa deste grande evento que a cidade acolheu, à sensivelmente um década?
- 2) Na sua opinião, este evento, beneficiou, a cidade, sob o ponto de vista cultural?
  - 2.1. Se sim, em que aspectos?
- 3) Todavia, muitas foram as críticas que foram feitas a todo este evento, desde a sua planificação, organização, má gestão, entre muitos outros aspectos. O que acha que poderia ter sido feito, e que não foi? Neste âmbito, acha que a cidade soube aproveitar esta oportunidade para se desenvolver e ganhar visibilidade nacional e internacional?
- 4) Por fim, num sentido mais abrangente da temática, pensa que os eventos, podem ser uma importante estratégia de desenvolvimento cultural nas cidades onde se realizam?

## **VI) Questões finais sobre o entrevistado**

- 1) Como vereadora da cultura, quais são as suas principais funções e responsabilidades?
- 2) Que outras acções importantes têm desempenhado na área?
- 3) Pode descrever-me o seu percurso profissional, até agora?
- 4) Como vereadora da cultura, o que pensa que será necessário fazer na cidade de Coimbra, para um desenvolvimento mais qualitativo e continuado da cultura? (numa altura em que esta área sofreu inúmeros cortes)

**Transcrição da entrevista à ex-vereadora da cultura (Dra. Maria José Azevedo dos Santos)**

**Filipa:** Dra. Maria José, para iniciar esta entrevista, como avalia o estado e evolução da cultura actuais?

**Maria José:** Bom, queria deixar bem frisado que a cultura, os hábitos culturais, a produção cultural não se decreta. Demora muito tempo. As mutações mais lentas, dizem os livros, são as das mentalidades. E a cultura, a atracção cultural faz-se pelas mentalidades que se constroem. Só uma mudança de mentalidades gera uma alteração de hábitos e gostos culturais.

As políticas culturais associadas aos governos (locais, municipais), as rupturas das equipas que se elegem no governo e pode muitas vezes ser dramático para a cultura. Por isso é que há anos de grande prosperidade porque há governantes que vêm na cultura um grande investimento e outros não. É a mentalidade cultural que eu tenho que me leva a um concerto de piano, ver um teatro clássico, a ir à opera. Estes últimos 4 anos (2010/2011/2012/2013), foram anos de grande prosperidade na cultura na cidade de Coimbra. Deve-se aos governantes em parte. Nós ganhámos inclusive, em 2011, o melhor prémio de programação cultural autárquica atribuído pela Sociedade Portuguesa de Autores e não foi por acaso.

Fui eu que sugeri o ciclo de Reikim e o patrocinei à fundação Inês de Castro, com 5 concertos. Este ano acontece novamente.

Nós criámos muitos acontecimentos: uma das nossas grandes apostas foram as parcerias para conseguir juntar mais gente (protocolos com a igreja, as forças militares com as instituições de ensino superior privado, público, não universitário, tudo).

**Filipa:** Penso que é muito mais fácil quando se estabelecem parcerias e todos os organismos estão a trabalhar pelo mesmo, no mesmo sentido.

**Maria José:** Não há dúvida, boa cultura não pode ser patrocinada, exclusivamente, por uma única entidade só. Só se a entidade for milionária, caso contrário, é impossível.

Fiz vários projectos na fundação Bissaya Barreto: acontecimentos inéditos com muito pioneirismo na cidade como as conferências políticas: trouxemos aqui nomes como Garcia Pereira, Adriano Moreira, Ferreira Leite, Judice, entre outras personalidades incontornáveis e reconhecidas. no qual fizemos duas sessões.

Foi também com a fundação Bissaya Barreto que erguemos as pausas musicais (actividade simples que tinha honorários para quem nos servia, no qual fizemos duas sessões), uma para comemorar os 500 anos do Maquiavel, 250 anos do contrato social do Russou. Portanto, muito bom nível, foram centenas de pessoas que se juntaram. Todavia, não sei se irão continuar.

**Filipa:** Como estou a perceber foram várias as iniciativas pioneiras que se fizeram nesses anos.

**Maria José:** Sim, muitas. Com a fundação Bissaya Barreto, fizemos o primeiro espectáculo nocturno em toda a existência do Portugal dos Pequenitos. Nunca aquele museu tinha aberto as portas à noite para um espectáculo musical. Foi absolutamente extraordinário.

**Filipa:** E penso, que é fundamental associar actividades culturais com as próprias entidades produtoras de cultura, como um espectáculo musical num museu, como acabou de referir. Associar todas as entidades é muito importante.

**Maria José:** Fizemos parcerias com a fundação Inês de Castro, a Santa Casa da Misericórdia, vários colégios (os que têm grupos de bailado), colégio Rainha Santa, Clube de Dança Norton de Matos, grupos folclóricos / vocais (único grupo sinfónico distrital com uma pujança muito grande). O coro sinfónico Inês de Castro é o único coro a nível distrital que está com uma pujança brutal. Houve um grande investimento e empenhamento.

Para além disso, empenhámo-nos em conseguir apoios do governo.

Outro projecto muito importante foi as Linhas Cruzadas: um programa das Djartes dirigido às autarquias (a Djartes convida-as a juntarem-se a 3/4/5 ou a 1 grupos e candidatarem-se com esses grupos com um plano a fundos para esses grupos. Só se pode fazer uma candidatura. Nós fizemos e ganhámos. Enquanto outros não fizeram porque é extremamente laborioso.

O Porto não fez, Évora fez e chumbou. Nós fizemos com o teatrão, com o CAPCE, com o Corjaz ao Centro, a Casa da Esquina, entre outros. Foi um momento alto. O próprio director das djartes veio a Coimbra entregar a prova que ganhámos a candidatura, e foi realmente, muito bom. Tivemos que escolher, este grupo de 4, chamadas Linhas Cruzadas.

Este grupo de 4 é que designou este projecto por Linhas Cruzadas. Estão em grande fertilidade, estão a fazer redes (com os teatros daqui, Aveiro, Figueira, Leiria) e os projectos inter concelhios.

**Filipa:** Tinha como ideia pré-definida que seria difícil a nível cultural, divulgar a cultura e apostar em outro tipo de públicos, sem ser estudantes. Visto que é uma cidade que vive de estudantes, é difícil, captar outros tipos de públicos. Como tal, as actividades que me falou são para que tipo de público?

**Maria José:** Sempre foi um problema, não é fácil resolvê-lo. Todas as actividades que falei são actividades para os jovens e muitos criados pelos próprios. Muitos jovens no conservatório, ballet moderno, clássico, protagonizam e são geradores de cultura. Temos muita juventude no conservatório, centenas de praticantes de ballet clássico, moderno. Nós temos muita juventude integrada nas actividades culturais.

O que se passa é que voltamos ao caso da mentalidade: o cidadão de Coimbra não tem nada de castelhano, galego, enfim, ou seja, não está virado para sair e ir ao encontro da cultura. Ir ao teatro (ópera/ concerto vai-se à noite.

Temos que criar hábitos (nem que seja ao fim de semana), que nos levem a potenciar comportamentos de adesão à cultura/ no qual possamos complementar a nossa actividade profissional com o usufruto da cultura, e aí só depende de nós .Coimbra está cheia de exposições: Museu Nacional Machado de Castro, Museu Municipal, casa Museu Miguel Torga, Casa da Escrita que tem sempre exposições, Casa Municipal da Cultura que neste momento tem duas exposições. É preciso as pessoas terem interesse e gosto e terem essa mentalidade que não tem.

**Filipa:** Então acha que na cidade de Coimbra ainda não evoluiu nesse sentido?

Deve-se começar pelas camadas intelectuais que devem dar o exemplo. Os docentes não são assíduos e frequentadores de espaços culturais. No sentido dos professores universitários. Não é a primeira vez que o director do TAGV se queixa que os docentes não são assíduos/ não é frequente. Claro que há espectáculos mais mediáticos que outros e vão alguns mas não são espectadores assíduos.

Por exemplo fui eu que restaurei o Festival Zeca Afonso (que foi criado antes da capital da cultura) que teve a duração de 3 dias. Foi o 1 dia com um espectáculo no D. Dinis



para jovens O 2 dia foi no Conservatório e o 3 dia no Teatro Académico Gil Vicente. Aquilo estava cheio.

Não obstante, a cidade também tem o Pavilhão Centro de Portugal, um ótimo local de produção cultural, com o grande Virgílio Caseiro. O cinema teve uma dimensão menor pelo aumento do acesso à Internet.

No entanto, também registou uma decadência devido à questão do conforto que já referi, as pessoas não têm o hábito de sair para ir a um local.

**Filipa:** E isso é o que falta. Tão importante como ir ao local do evento, é também a partilha do momento e da experiência vivida. O convívio e a partilha são fundamentais na evolução da adesão aos eventos e espectáculos culturais.

**Maria José:** Claro, isso é fundamental. Por exemplo, a Galeria de Santa Clara está com uma dinâmica extraordinária. Acolheu a editora Lagoa Azul da Elsa Ligeiro (um exemplo de uma amante de poesia), outro local para ir, está aberto de Segunda a Domingo.

**Filipa:** Há muito mais oferta que procura. A capital da cultura permitiu que se criassem inúmeros equipamentos culturais que antes não existiam.

**Maria José:** Sem dúvida, e muito pelas mentalidades e pela estagnação das mesmas. Acho que efectivamente a capital da cultura trouxe a construção de muitos equipamentos culturais. Todavia, só agora é que se estão a verificar reflexos positivos. Há 10 anos atrás não tínhamos metade da oferta que hoje temos.

Temos o Salão Brasil (que num ano contou com 200 espectáculos). Claro que temos épocas baixas e altas. A cultura também tem sazonalidade. Mas no interior, é quase diário, os espectáculos. Temos também casas como o Fado ao Centro, Ouvir o Fado: não podemos falar de forma alguma em crise. Se falarmos em crise, é crise de crescimento e não em crise de falta de dinamismo, de ideias, produção de vontades, de esforço. Há crise de crescimento.

Temos que criar hábitos, nem que seja ao fim de semana. É preciso cultivar a cultura e encará-la como algo fundamental no nosso quotidiano e na nossa vida.

Mais uma vez refiro que a cidade de Coimbra está repleta de exposições que podemos encontrar no Museu Municipal Machado de Castro, na Casa Miguel Torga, na Casa da Escrita, na Casa Municipal da Cultura, entre outras entidades/ instituições culturais. É

preciso que as pessoas tenham interesse e gosto: principalmente é uma questão de mentalidades. E, como tal, deve-se começar pelas camadas intelectuais que devem dar o exemplo. Os docentes não são assíduos e frequentadores de espaços culturais. Não é a primeira vez que o director do TAGV se queixa que os docentes não são assíduos.

**Filipa:** Muitas vezes as pessoas têm muito bons projectos e ideias mas não há financiamento para tal. Ainda por cima numa altura em que o governo fez imensos cortes na cultura.

**Maria José:** É preciso criar outras alternativas: os preços baixaram, é necessário investir em bilhetes colectivos, apoios às famílias, bilhetes com descontos. Coimbra tem muito cuidado em arranjar preços para estudantes, crianças, entre outros.

**Filipa:** É importante adoptarem-se estratégias que continuem a permitir o acesso à cultura da comunidade mas integradas no contexto económico actual: saber reajustar os preços perante a crise e a falta de dinheiro da população em geral para consumir cultura. Há muita gente que gostava de ter acesso à cultura mas não tem posses económicas. Assim como não há falta de projectos nem de ideias culturais mas sim falta de dinheiro para investir nestes. Estamos naquela fase do pouco, bem e bom.

**Filipa:** É preciso seleccionar os projectos melhores.

**Maria José:** Este festival Zeca Afonso quando começou era de 5 dias, agora é só de 3 dias.

Outro acontecimento que está a ser vítima da crise é o festival das artes da fundação Inês de Castro. Começou com 16 dias, no ano passado foi apenas 10, e este ano é apenas uma semana, porque não quiseram diminuir os preços. Mantendo a fasquia, têm que diminuir os dias.

**Filipa:** Na sua opinião, que recursos culturais da cidade se devem apostar, que se pode considerar uma mais-valia comparativa comparativamente a outras cidades, bem como as suas principais carências que deveriam ser colmatadas? No sentido da evolução da cidade. Como já percebi tudo aquilo que foi feito na Capital da Cultura está a ter repercussões positivas agora.

**Maria José:** Coimbra, como qualquer outra cidade não tem tudo. O que temos são marcas únicas, história da cultura, de património, que não há em mais nenhum lugar. A

biblioteca joanina que é considerada, como sabe, a mais bela biblioteca universitária do mundo, é única.

Os Universidade com a torre, a capela de S.Miguel, com vários colégios, também são únicos. A Universidade de Coimbra com o documento que fundou tem hoje o reconhecimento de património mundial pela Unesco.

Penso que nesse aspecto, a cidade ganhou bastante visibilidade, sob o ponto de vista turístico. Tem o Panteão Nacional, com os dois primeiros reis: D. Afonso Henriques e D. Sancho. Isto é muito valioso. Tem uma Sé Velha, que não há igual no Mundo.

Tem o Museu Nacional Machado de Castro que tem também peças únicas no Mundo. Tem o espólio de ourivesaria da Rainha Santa. Tem o túmulo da Rainha Isabel de Aragão, casada com D.Dinis. Tem o Mosteiro de Santa Clara-a-Velha, a Casa da Escrita, com as personalidades que passaram por lá, a residência de Miguel Torga e outros escritores que passaram e estudaram cá. No Arquivo podemos ver a matrícula de Eça de Queirós, o arquivo tem documentação de todo o mundo é o 3 melhor de Portugal e também é arquivo distrital.

Tem o património imaterial (fado, trajes académicos, tradição académica que convém preservar com dignidade. A imposição de insígnias aos doutores não tem em nenhum local do mundo igual como em Coimbra.

**Filipa:** As tradições não são iguais a Coimbra. Não há igual em nenhuma outra cidade.

Então as principais carências estão associadas à mentalidade presente na comunidade coimbrã.

**Maria José:** O mundo não avança só com o dinheiro.

**Filipa:** Podem, efectivamente, elaborar-se muitos projectos, contudo se as pessoas não tiverem interesse, de nada vale.

**Maria José:** Os poderes locais têm que ser exigentes, em vez d serem produtores, serem reprodutores, ou seja, chamarem a si quem sabe da matéria. Eu por exemplo criei o ciclo de rei Kim, obviamente chamei quem sabe de música. As câmaras têm que apostar em quem sabe porque cada vez tem menos dinheiro, portanto o pouco q tem, tem q apostar bem, para que não se perca um tostão

Assim como, chamar os jovens, que são aqueles que tem de começar. Caso tenham essa mentalidade, podem mudar as mentalidades futuras.

**Filipa:** Vejo que desenvolveu muito bem as suas funções e criou muitos projectos pioneiros.

**Maria José:** Penso que a minha vertente universitária me levava até ao último dia da minha vida a ser inovadora, eu não gosto de repetir. A criatividade e a inovação são fundamentais actualmente.

## Anexo 14

### Pré-projecto

#### Entrevista à CCDRC (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro)

- **Apresentação abrangente:** entidade CDRC: segundo o decreto-lei 104/2003, a entidade CCDR é o conjunto de serviços desconcentrados da administração central, que têm autonomia administrativa e financeira, e que têm como principal missão o desenvolvimento das regiões onde estão inseridos. Actualmente, ainda só existem em Portugal Continental.

Foram criadas em 2003, com a junção das comissões de coordenação regional (CCR) e as direcções do ambiente e do ordenamento do território. Antes desta data, as CCR, já possuíam funções idênticas às CCDR, contudo, numa fase mais inicial, apenas possuíam competências para a coordenação das actividades realizadas nos municípios.

#### **Estrutura Organizacional das CCDR:**

- Presidente (nomeado pelo Governo português) por um período de 3 anos
- Conselho administrativo
- Comissão de fiscalização
- Conselho regional

A área de actuação das CCDR são as Nutes II no Continente. Actualmente, existem cinco comissões de coordenação e desenvolvimento regional.

- **Apresentação mais específica da entidade CCDRC:** organismo descentrado, com tutela conjunta com o Ministério do Ambiente do Ordenamento do Território Energia, tem autonomia financeira e administrativa.
- 

**Acções:** executa as políticas do ambiente, do ordenamento do território e cidades; promove o desenvolvimento regional ao nível da Nute II Centro; apoia a nível técnico as autarquias locais e respectivas associações.

**Deveres:** assegura a prestação eficiente dos seus serviços nas áreas onde actua; estimula e promove os agentes e actividades regionais, contribuindo para a continuidade e aumento da competitividade da região e dos seus recursos.

**Serviços:** Direcção de Serviços de Apoio Jurídico e da Administração local;

Direcção de serviços de ordenamento do território;

Direcção de serviços do ambiente;

Direcção de serviços de fiscalização;

Direcção de serviços de comunicação e gestão administrativa e financeira;

Direcção de serviços de desenvolvimento regional;

Divisões sub-regionais;

**Principais orientações estratégicas:**

- Melhorar a simbiose entre os territórios e as suas instituições, nomeadamente, autarquias locais, reforçando a sua competitividade e notoriedade;
  - Promover o investimento na Região Centro, com uma gestão e atitude proactiva;
  - Consolidar a integração da Região Centro, internacionalmente;
  - Promover práticas de defesa ambientais na região;
  - Apostar na qualificação dos serviços, com a sua consequente modernização, fomentando melhores condições de trabalho, e consecutivamente, maior qualificação dos recursos humanos que trabalham na área.
- 
- **Breve resumo da entrevista a realizar:** A entrevista será realizada a um dos profissionais do CCDRC, Dr. João Casaleiro, e terá como principal objectivo o conhecimento mais aprofundado das funções da entidade bem como das acções que desenvolve no âmbito regional, nomeadamente, na cidade de Coimbra, com vista ao seu desenvolvimento e dinamização futuros. Esta será feita, nas instalações da CCDRC, na Rua Bernardim Ribeiro, em Coimbra, no dia 4 de Abril, pelas 14 horas e 30 minutos. Como será referido posteriormente, esta entrevista tem uma grande importância para o desenvolvimento e conclusão da dissertação de mestrado, pois serão retribuídos conhecimentos e informações fundamentais da área que reforçarão a qualidade e a credibilidade deste projecto.
- 
- **Motivos/fundamentos:** A presente dissertação foca o seu estudo e análise, na área turística da cidade de Coimbra, que pertence à Região Centro. Como tal, para uma melhor compreensão do funcionamento e áreas de actuação das principais entidades responsáveis pelo turismo e seu desenvolvimento na Região

Centro, especificamente, na cidade de Coimbra, pensa-se que será uma mais-valia, um contacto directo com o responsável pela entidade CCDRC.

- **Objectivos Gerais:**

- Tomar conhecimento das funções da entidade, aferindo a sua importância no desenvolvimento da região;
  - Analisar o papel de actuação da entidade na promoção e divulgação da Região Centro como pólo regional competitivo;
  - Perceber qual o tipo de serviços que a entidade disponibiliza;
  - Avaliar o tipo de investimento que é feito na região para o seu desenvolvimento e reforço da sua competitividade;
  - Aferir o tipo de estratégia adoptada para o desenvolvimento da Região Centro com mais credibilidade e visibilidade, a nível nacional e internacional;
- 4) Conhecer melhor qual o papel que a entidade desempenha na cidade de Coimbra, que pertence à região Centro.

Calendarização	Tempo
Antes	Preparação da entrevista (estudo sobre a entidade / pessoa a entrevistar e realização de um pré-projecto a entregar no dia da entrevista).
Durante	Realização da entrevista.
Depois	Audição da entrevista gravada, posterior redacção da mesma, análise e conclusão da informação adquirida.

**Material utilizado na entrevista:** Pré-projecto, guião e gravador.

## **Guião da entrevista**

### **I) Informação sobre a entidade**

- Relativamente à CCDRC, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, quais são as suas funções e áreas de competência?
- ) E, quais são as principais missões e orientações estratégicas?
- Relativamente à sua estrutura organizacional, qual é a orgânica de funcionamento desta entidade?
- Em que departamentos se divide?
- Que pessoas aqui trabalham e quais as competências que necessitam de ter para realizar as suas funções na entidade?
- Quais são as principais acções que a entidade tem realizado ou tem em curso?
- Que tipos de serviços são disponibilizados pela entidade?

### **II) Estratégias institucionais para a promoção e desenvolvimento da Região Centro**

- Quais são os principais objectivos e metas a alcançar para a Região Centro, feitas pela entidade?
- Para garantir e desenvolver a Região Centro como destino cada vez mais competitivo e sustentável, que estratégias de promoção e divulgação são realizadas para tal efeito?
- Ainda neste âmbito, quais são os recursos desta região, que merecem maior destaque e atenção, por parte da CCDRC?
- Para finalizar esta temática, que tipo de acções de coordenação e desenvolvimento são realizadas na Região Centro, pela entidade?

### **III) Papel desempenhado pela CCDRC na cidade de Coimbra**

- Falando agora da cidade de Coimbra, que pertence à Região Centro, quais são as principais funções e áreas de competência da entidade?
- Que tipos de acções são desenvolvidas, pela CCDRC, na cidade de Coimbra para o seu desenvolvimento contínuo e sustentável?
- Ainda neste âmbito, quais são os recursos da cidade, que merecem maior destaque, pela entidade?



- Quais são as principais acções que a entidade tem realizado ou tem em curso, na cidade de Coimbra?

#### **IV) Informação sobre o entrevistado**

- Como profissional da CCDRC, quais são as suas principais funções e responsabilidades?
- Que outras acções importantes têm desempenhado na área?
- Pode descrever-me o seu percurso profissional, até agora?
- Na sua opinião, o que pensa que é necessário ser feito, pela entidade em que trabalha, para um desenvolvimento mais competitivo e sustentável da Região Centro?

- Transcrição da entrevista à entidade CCDRC

**Filipa:** Relativamente à CCDRC, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, quais são as suas funções e áreas de competência?

**João Casaleira:** A CCDRC é uma entidade com autonomia financeira e administrativa, no qual se estabelecem quatro grandes áreas: Ambiente, Desenvolvimento Regional, Ordenamento e Administração Local.

Como tal, é um organismo descentrado que executa políticas do ambiente, do ordenamento do território e das cidades, tendo como objectivo o seu desenvolvimento regional ao nível da região Centro.

Por conseguinte, para um desenvolvimento sustentável, a CCDRC procura estimular e promover os principais agentes e respectivas actividades locais, de forma a torná-las mais competitivas e atractivas.

Quanto às estratégias, a CCDRC, de uma maneira breve e sucinta, pretende estabelecer uma melhor ligação dos territórios com as suas instituições, reforçando a sua visibilidade e competitividade a nível regional. Toda a sua actuação está voltada para a Região Centro, com vista à sua consolidação como região mais sustentável e atractiva, não só, a nível nacional, como internacional. Para tal, tem sido fundamental apostar na constante formação dos recursos humanos da entidade, bem como, na qualificação dos serviços que disponibiliza.

**Filipa:** Relativamente à sua estrutura organizacional, em que departamentos se divide?

**João Casaleira:** Como já foi referido, a CCDRC, divide-se em quatro principais departamentos: o Ambiente, o Desenvolvimento Regional, o Ordenamento e a Administração Local. No entanto, ainda se deve destacar o Mais Centro com regulamentos, programas operacionais, estratégias de eficiência colectiva, projectos aprovados, entre outros para a região Centro. Para finalizar, como pode verificar no nosso site, ainda se destaca um segmento intitulado Região Centro onde pode encontrar estatísticas da região, mapas, contactos, entre outros aspectos relevantes da mesma.

**Filipa:** Quais são as principais acções que a entidade tem realizado ou tem em curso?

**João Casaleira:** Neste caso em específico, irei falar sobre o projecto em que estou envolvido actualmente e que tem merecido maior atenção da minha parte: O CRER 2020. É um projecto desenvolvido no âmbito regional que tem como elementos chave a competitividade responsável, estruturante, e resiliente), no qual se inclui um plano de acção regional de 2014 até 2020. Todo este plano reflecte o trabalho desenvolvido por esta entidade, com o objectivo, de preparar linhas orientadoras e estratégicas com vista ao desenvolvimento da região Centro até 2020. O documento parte de uma análise das principais carências da região, tendo como base as prioridades resumidas para o período entre 2014- 2020 e que está inserido num contexto da estrutura regional delineada e que, por sua vez, tem de ir ao encontro dos objectivos da estratégia EUROPA 2010, e das prioridades e investimentos nacionais. Dos principais elementos de desenvolvimento regional para a Região Centro, destacam-se:

- Promoção da economia regional a nível internacional
- Reafirmação de um tecido económico inovador e mais qualificado
- Reforço da formação dos recursos humanos das entidades regionais
- Promover a coesão social e territorial com o contínuo desenvolvimento e potencialização dos recursos endógenos
- Aumentar e consolidar a atractividade e qualidade de vida nos territórios
- Consolidar a sustentabilidade dos recursos

Todas as acções e estratégias estão delineadas para a região de Aveiro, Viseu e Dão-Lafões, Beiras e Serra da Estrela, Região de Coimbra, Beira Baixa, Médio Tejo, Região de Leiria e Oeste.

**Filipa:** Que tipos de serviços são disponibilizados pela entidade?

**João Casaleira:** Como pode verificar também no nosso site, os serviços disponibilizados pela entidade, são o conjunto de um roteiro de museus, com o levantamento dos respectivos museus e dos espaços museológicos da região Centro, com vista a uma melhor divulgação e acessibilidade a todos os cidadãos residentes e visitantes da região. Também têm acesso à nossa biblioteca digital e à Data Centro que é uma plataforma digital com informação da região Centro, destinada a um público-alvo diversificado.

**Filipa:** Relativamente às estratégias institucionais para a promoção e desenvolvimento da região Centro, quais são os principais objectivos e metas a alcançar para esta região, feitas pela entidade?

**João Casaleira:** Muito sucintamente, a nível promocional, penso que a entidade, tenta através de todo o seu trabalho desenvolvido (como já pude explicar até aqui), promover da melhor forma os recursos da região Centro, como região distinta, autêntica, diferente, competitiva e de excelência. O mais importante, actualmente, é apostar em toda a oferta turística que a região possui e que a pode diferenciar de todas as outras, consolidando a sua imagem de marca, e captando assim, de forma mais eficaz a atenção dos que a visitam.

Como tal, será feito um contínuo trabalho de promoção e marketing da região Centro, potencializando os seus serviços e recursos, com vista à sua contínua qualificação como região única de destaque nacional e internacional.

**Filipa:** Ainda neste âmbito, quais são os recursos desta região, que merecem maior destaque e atenção, por parte da CCDRC?

**João Casaleira:** Actualmente, a região Centro tenta desenvolver e apostar em produtos distintos e com potencial de crescimento e sucesso, que a distingam de todas as outras, e que por isso, aumentem a procura dos seus turistas e visitantes.

Nesses produtos destaca-se o Turismo de Natureza com o aproveitamento dos inúmeros espaços verdes que a região possui e, que podem ainda, ser aproveitados de melhor forma para a actividade turística; o Turismo Religioso muito presente na cidade de Fátima e por fim o Turismo de Saúde e Bem-Estar. Este último produto que referi tem registado um crescimento que surge do aumento da preocupação geral pela saúde pela população. Neste caso, a cidade de Coimbra, tem um conjunto de unidades com grande notoriedade, nomeadamente o HUC, que pode ser aproveitado neste tipo de produto.

Estes três produtos são aqueles que devem ter maior atenção da nossa parte, e que têm registado um aumento sustentável da procura. Não obstante, não foquei um produto fundamental da região, que continua a ser imprescindível para a sua actividade turística: o turismo Cultural e Histórico.

Pessoalmente, e em nome da entidade, penso que é neste sentido que devemos trabalhar futuramente, é nestes produtos que nos devemos focar mais.

**Filipa:** Para finalizar esta temática, que tipo de acções de coordenação e desenvolvimento são realizados na região Centro, pela entidade?

**João Casaleira:** Relativamente ao departamento de desenvolvimento regional, são feitos planos de acção regional focados para um determinado período de tempo, com vista a obter uma maior competitividade e desenvolvimento para a região.

Neste momento finalizei o plano de acção regional destinado a 2014-2020, intitulado CRER 2020: Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente.

Resumidamente, todo este plano reflecte o conjunto de acções, estratégias e objectivos elaborados pela CCDRC, no âmbito de desenvolvimento regional da região Centro de Portugal, desde o presente ano até 2020.

Neste projecto estão incutidos valores que acreditamos serem os fundamentais para alcançar os objectivos que nos propusemos a cumprir. Destaco a motivação e confiança na mobilização da região Centro, bem como a competitividade responsável, estruturante e resiliente da região em todo o seu desenvolvimento futuro.

No plano de acção elaborado realizou-se um diagnóstico com as principais carências da região Centro bem como um diagnóstico das prioridades da região para 2014-2010, procurando efectivamente, encontrar um conjunto de estratégias que vão de encontro ao que é delineado.

Ainda é de destacar que todo o plano foi elaborado de acordo com os objectivos da estratégia EUROPA 2020 bem como das prioridades a nível nacional para o mesmo período.

Dos elementos centrais da estratégia de desenvolvimento regional sugerida para a região Centro, no período definido, considera-se a ambição, posicionamento e branding como elementos prioritários, assim como elementos de diferenciação e de especialização feitos de uma forma inteligente, e elaborados por um conjunto de domínios de intervenção e de linhas de acção, de uma forma sustentável e consistente.

Sucintamente, no programa CRER 2010, destaca-se inicialmente a monitorização de resultados com o crescimento e competitividade da região, crescimento dos seus recursos e potenciais humanos, da qualidade de vida que oferece, da sua coesão social e territorial e por fim da sua sustentabilidade ambiental e energética. Por outro lado, destaca – se o posicionamento da região como sendo caracterizada por uma região qualificada, inovadora e que promove o empreendedorismo. Nas suas prioridades destaca-se a sustentabilidade e aumento da criação de valores, estruturação de uma rede policêntrica de cidades de média dimensão, geração e captação de talentos bem como o reforço da coesão do território.

Quanto às ambições propostas no CRER, destaco a diminuição em 10 % das assimetrias territoriais presentes na região, aumento da formação superior nos jovens e combate ao desemprego nacional. Por fim quanto aos domínios diferenciadores da região, no qual

se pretende apostar, destaco a agricultura, a floresta, o mar, o turismo, a biotecnologia, a saúde e bem-estar, a produtividade industrial sustentável, a eficiência energética e a inovação rural.

Relativamente aos eixos de actuação, o plano regional CRER 2014-2010 destacou cinco: a promoção internacional da região Centro e a sua afirmação como região qualificada, inovadora e diversificada; o reforço e contínua formação dos recursos humanos; o fortalecimento da coesão social e territorial com a constante potencialização dos recursos endógenos da região; o reforço da atractividade e qualidade de vida da região e por fim o reforço da sustentabilidade dos recursos que a região Centro oferece. Ainda dentro deste plano estão enumerados os respectivos domínios de intervenção. Devido à sua extensão, deixo-lhe aqui, um resumo do plano de acção regional 2014-2010, que também poderá encontrar no site da entidade.

**Filipa:** por fim, poder-me-ia explicar brevemente quais as suas funções nesta entidade?

**João Casaleiro:** Como pode verificar ao longo da entrevista, trabalho na área do desenvolvimento regional da CCDRC, nomeadamente, na elaboração de planos e acções estratégicas para a consolidação e afirmação da região Centro como pólo competitivo e diferenciador. Neste momento, finalizei o plano de acção regional CRER 2014-2020, como lhe acabei de explicar anteriormente.

**Filipa:** Para finalizar a entrevista, o que pensa que é necessário ser feito, pela entidade em que trabalha, para um desenvolvimento mais competitivo e sustentável da região Centro?

**João Casaleiro:** Penso que é necessário apostar e reafirmar os produtos turísticos que diversificam e autenticam a região bem como os seus recursos endógenos. Desenvolver produtos turísticos que sejam diferentes das outras regiões do país, e que, por isso, confirmem um carácter único e diferente à mesma, que se traduzirá numa maior atractividade e procura.

Como tal, é importante ser criativo, inovador, arrojado e dinâmico para que tal possa acontecer. Actualmente, existem inúmeros produtos turísticos em todo o país, por isso, o que realmente os diferencia, é o seu carácter inovador e criativo.

## Anexo 15

### Pré-projecto

#### **Entrevista ao Coordenador das Secções Culturais da Direcção Geral da Associação Académica de Estudantes**

Apresentação abrangente: da AAC: A associação Académica de Estudantes, A.A.C, foi fundada a 3 de Novembro de 1887, sendo a mais antiga associação de estudantes de Portugal, representando todos os estudantes da U.C. que são intitulados sócios quando se inscrevem na mesma.

- **Apresentação mais específica: secções culturais da AAC:**

1. **CEC** (Centro de Estudos Cinematográficos): a mais antiga secção criada em 1948. Organiza actualmente o festival de cinema “ caminhos do cinema português”, que já conta com 17 edições.

Promove e divulga a arte cinematográfica, organização ciclos de cinema, workshops, entre outras actividades. Também possui um departamento de produção cinematográfico activo, onde se produzem curtas e documentários;

2. **CI / AAC** (Centro de Informática).

3. **Divisão de Culturas Lusófonas**

4. **Defesa Direitos Humanos**

5. **Fado**: esta secção existe há 29 anos na academia, ensinando e executando este género musical, tendo assumido o papel principal no panorama nacional e internacional. Tem várias missões, entre elas, cultural, social e humana da academia.

6. **Filatélica**

7. **Fotografia**: secção que promove e divulga a fotografia intrínseca na tecnologia, nas suas vertentes técnicas e prática.

Tem um carácter formador e estruturante na linguagem artística, documental e científica. Promove o diálogo e a troca de ideias neste âmbito.

Além disso, também produz documentações fotográficas das actividades eleitas pelas secções e organismo da U.C.

8. **Gastronomia**

9. **GE** (Grupo Ecológico): fundado em 1974, é um espaço de debate, divulgação e intervenção no âmbito ambiental.

## 10. Jornalismo

11. **RUC** (Rádio Universidade de Coimbra): escola de rádio que organiza actualmente, cursos de radiofusão, jornalismo e formato não convencional. A sua informação destaca notícias da academia, ensino superior, cidade de Coimbra e Região Centro. Transmite regularmente Assembleias Magnas da A.A.C., festas académicas, relatos de jogos da Académica.

12. **SAC** (Sessão de Astronomia, Astrofísica e Astronáutica): fundada a 9 de Maio de 1989, tem como objectivo a divulgação da astronomia, desenvolvendo e divulgando muitos trabalhos na área da astronomia e astrofísica. Tomemos o exemplo da “Astrofeira” (feira de astronomia), e várias conferências, palestras, cursos, entre outros.

Esta secção tenta aproximar a ciência do público em geral, através das actividades que desenvolve.

13. **SESLA** (Sessão de Escrita e leitura)

## 14. SOS estudante

15. **TVAAC**: secção da A.A.C. que tem como objectivo dotar a A.A.C. de meios de produção audiovisual e criar um canal de comunicação da academia (uma televisão para estudantes e geridas pelos mesmos). Conta com um vasto leque de programas de entretenimento e informação, entre outros. Também realiza acções de formação na área da TV, vídeo e jornalismo.

## 16. Yoga

17.

- **Breve resumo da entrevista a realizar:** A entrevista que será realizada ao Coordenador das Secções Culturais da Direcção Geral da Associação Académica de Coimbra, Luís Filipe Castro, terá como principal objectivo procurar conhecer mais aprofundadamente as áreas e funções do departamento cultural da AAC, visto, que é uma entidade, de grande importância e notoriedade numa cidade que gira em torno dos estudantes.

A entrevista será realizada no dia 25 de Março, pelas 15 horas.

Como será referido posteriormente, esta entrevista tem uma grande importância para o desenvolvimento e conclusão da dissertação de mestrado, pois serão retribuídos conhecimentos e informações fundamentais da área que reforçarão a qualidade e a credibilidade deste projecto.

- **Motivos/fundamentos:** A presente dissertação foca o seu estudo e análise, na área do turismo e da cultura, na cidade de Coimbra.

Como tal, para uma melhor compreensão da área da cultura, e consequentemente, um contacto directo com um dos órgãos mais importantes da cidade é fundamental, visto



que, Coimbra, é uma cidade que tem um público-alvo constituído maioritariamente por estudantes. Sendo estes, elementos fundamentais, para a subsistência e desenvolvimento económico e social da cidade, bem como a entidade que os simboliza, a A.A.C., pensa-se que, uma entrevista com um dos elementos que nela trabalham, é fundamental para o desenvolvimento do projecto de investigação.

Por conseguinte, tendo esta instituição inúmeras secções, destaca-se a secção cultural, que é a divisão que possui um maior destaque e relevo para a investigação.

Sendo esta secção um importante motor cultural na cidade, é imprescindível, conhecer mais aprofundadamente as suas funções, a sua estrutura organizacional e as diferentes acções que desenvolve.

- **Objectivos:**

1. Conhecer melhor a orgânica funcional das várias secções culturais, quais são, as funções de cada uma, e a importância que exercem no desenvolvimento cultural da cidade;
2. Aferir que tipo de actividades e acções têm sido realizadas e as que estão para ser num futuro próximo;
3. Analisar o papel de actuação das secções na comunidade estudantil coimbrã;
4. Conhecer o tipo de investimento que é feito nas secções culturais;
5. Perceber quais as principais estratégias promocionais e de divulgação das secções culturais, nomeadamente, das principais acções que pretendem desenvolver, este ano;
6. Analisar a sua importância no panorama cultural actual da cidade.

Calendarização	Tempo
Antes	Preparação da entrevista (estudo sobre a entidade / pessoa a entrevistar e realização de um pré-projecto a entregar no dia da entrevista)
Durante	Realização da entrevista
Depois	Audição da entrevista pela gravação feita durante esta, redacção da entrevista na dissertação, análise da mesma e conclusão da informação adquirida

## **Guião da entrevista**

### **I) Informações sobre a A.A.C.**

- 1) Sabendo que a A.A.C. é uma instituição de grande importância na cidade, nomeadamente para todos os estudantes universitários, quais são as principais funções e áreas de competência desta entidade, que como já referi, tem uma grande notoriedade na cidade?
- 2) Qual a sua estrutura? Isto é, em que secções se divide? Que tipo de pessoas trabalha em cada secção e quais as competências que devem possuir para tal?

### **II) Informações sobre o Departamento Cultural da A.A.C.**

- 1) Quais as principais funções deste departamento?
- 2) Qual a sua estrutura organizacional, isto é, em quantas secções se divide e quais as funções de cada uma?
- 3) Sob o ponto de vista cultural, o que fazem estas secções para o desenvolvimento e dinamização da cultura na cidade de Coimbra?
- 4) Que tipos de acções têm sido realizadas ou que se pretendem realizar, com maior notoriedade, na cidade?
- 5) Qual a forma de divulgação do papel e actividades das secções culturais, junto da comunidade coimbrã? Essa divulgação consegue chegar ao principal público-alvo?
- 6) Qual o tipo de investimento feito nas secções culturais? E, quais as secções que merecem uma maior atenção e destaque?
- 7) Na sua opinião, a adesão a actividades e eventos realizados pelas secções culturais, têm registado um crescimento de número de participantes?
- 8) O que considera, que precisa de ser melhorado, neste departamento da A.A.C., mais especificamente, nas suas várias secções culturais?

### **III) Informações sobre o entrevistado**

- Como responsável pelas secções culturais da A.A.C, quais são as suas principais funções e responsabilidades?
- Que outras acções importantes têm desempenhado na área?
- Pode descrever-me o seu percurso académico até agora?

- Como responsável pelas secções culturais da Associação Académica de Coimbra, o que pensa que será necessário fazer na cidade, para um desenvolvimento mais qualitativo e contínuo da cultura? (numa altura em que esta área sofreu inúmeros cortes).

### **Entrevista ao coordenador das secções culturais da Dg / AAC: Luís Filipe Castro**

**Filipa:** Sabendo que a A.A.C. é uma instituição de grande importância na cidade, nomeadamente para todos os estudantes universitários, quais são as principais funções das secções culturais da AAC?

**Luís:** Somos basicamente o motor logístico e financeiro das secções. Nós não produzimos cultura, são eles que produzem, mas nós somos a ponte auxiliar. Temos a legitimidade de sermos eleitos para os representar, pois estabelecemos uma coligação a nível institucional. A AAC e a DG têm mais poder institucional do que qualquer secção cultural: nós fazemos o acompanhamento deles ao longo do ano. Mas sobretudo a nível logístico e material é que eles precisam mais de nós.

**Filipa:** Qual a sua estrutura organizacional, isto é, em quantas secções se divide e quais são as funções de cada uma?

**Luís:** São 16 secções culturais, no entanto, deve-se sempre referir os organismos autónomos. Apesar de nada ter a ver connosco mas que também têm sede aqui no edifício. O que os diferencia é que os organismos autónomos são uma pequena associação independente. Cada um tem a sua organização própria, os seus plenários para fazer a sua actividade contínua e nós temos uma reunião mensal, consoante o conselho cultural, que é um espaço do plenário onde decidimos e deliberamos coisas da cultura da académica.

**Filipa:** Que tipo de pessoas trabalha em cada secção e quais as competências que devem possuir para tal?

**Luís:** Qualquer pessoa pode fazer parte de uma secção cultural, porque nós temos dois tipos de sócios na Académica: sócios efectivos que são os estudantes da Universidade de Coimbra e depois também temos sócios seccionistas, ou seja, é o tipo de pessoa que

não é estudante da U.C. mas que pode inscrever-se na secção e desempenhar o seu papel. A única coisa que os nossos estatutos obrigam, (o único requisito que há) é que as direcções das secções culturais tenham 50% mais um de estudantes, ou seja, têm uma direcção com sete elementos, no qual mais de metade tem que ter estudantes da UC, sendo que os outros podem ser sócios seccionistas que podem não ser estudantes. Por isto, é que a Académica não representa apenas os estudantes da U.C. mas o mundo académico.

Quanto ao tipo de pessoas depende de secção para secção. O fado abrange todas as pessoas. É o que consegue abranger mais gente.

Na rádio vê-se sempre pessoas de jornalismo e comunicação. Qualquer estudante de jornalismo complementa a sua formação com um cargo nas secções. A televisão, rádio e jornalismo são as três vertentes da comunicação que podem praticar.

**Filipa:** Sob o ponto de vista cultural, o que fazem estas secções para o desenvolvimento e dinamização da cultura na cidade de Coimbra?

**Luis:** Hoje tens um desinteresse muito grande por parte das pessoas e um afastamento na cultura muito grande. E, isso vê-se pela falta de investimento que as pessoas têm feito nos últimos anos: os cortes na cultura começaram a ser quase de 100%, em muitos casos. Deixaste de ter o ministério da cultura, por exemplo, o que contribuiu para o afastamento daquilo que se faz.

Além disso, deparamo-nos com dois ou três problemas graves na Académica: além de não teres um levantamento muito estruturado de cada secção, hoje em dia, não sabes, se uma secção está ou não em condições para conseguir produzir cultura. Tens que saber o número de pessoas que eles têm, se têm condições materiais, condições físicas a nível de salas para conseguir produzir cultura e hoje não consegues ter esse levantamento.

Nós tentámos saber este ano, mas não está fácil.

Outro grande problema é o constante afastamento do associativismo: as pessoas querem acabar o curso depressa, no período máximo de 3 anos. Actualmente, com 26 / 27 anos, já és muito velho para integrar o mercado de trabalho, logo, todos os estudantes tentam finalizar os seus cursos depressa, de modo, a que consigam começar a trabalhar muito jovens. Tal situação não acontecia antes. Hoje tens um claro afastamento desta vida associativista. Claro que há actividades que se realizam sempre e que chamam mais a atenção de todas as pessoas. Tomemos o exemplo das serenatas, debates de sensibilização elaborados pelas SDH (Secção de Defesa dos Direitos Humanos), entre outros.

Contudo, as pessoas até se podem interessar e gostar mas como há uma grande pressão para a finalização do curso e entrada no mercado de trabalho, acabam por não se envolver. Isso é complicado de gerir, é um grande problema actual da Associação Académica de Estudantes.

**Filipa:** Que tipos de acções têm sido realizados ou que se pretendem realizar, com maior notoriedade, na cidade?

**Luis:** Este ano tivemos cortes orçamentais muito grandes, logo não foi feita nenhuma actividade de grande notoriedade, devido à falta de dinheiro.

Hoje é apresentado o relatório de contas e as pessoas vão ver que nós gastámos muito pouco. Foi um ano que contou com poucas actividades. As que foram feitas, foram geralmente, actividades low-cost, com a ajuda de apoios logísticos que pedimos a várias entidades, tunas, entre outros. Por exemplo, na Baixa conseguimos inserir o Fado em vários sítios, fizemos uma arruada no dia dos namorados, algumas feiras do livro com representação em alguns sítios, uma festa de Carnaval, entre outras. Todavia, nunca tiveste a realização de uma grande actividade.

Quando a nossa equipa entrou na Direcção Geral da A.A.C., a Académica tinha muitas dívidas. Porém, este ano conseguimos ter um saldo de exercício de 400 000 euros positivos. A Académica já não tinha saldo positivo desde 2005/2006. Portanto, para conseguir este resultado tivemos que cortar em muitas coisas e aumentar a receita.

Basicamente foi um ano muito complicado a nível de actividades, tivemos que optar por fazer uma ou outra actividade.

**Filipa:** Qual a forma de divulgação do papel e actividades das secções culturais, junto da comunidade coimbrã? Essa divulgação consegue chegar ao principal público-alvo?

**Luis:** Outro grande problema na Académica é a comunicação. Inicialmente começaram por enviar emails no nónio, pois supostamente a mensagem chegava a todos os estudantes, contudo, a maioria das pessoas ignorava. Por isso é que é preciso encontrar outras alternativas embora ninguém tenha tido até agora resposta para elas. É realmente este um dos nossos pontos fracos. Tentamos também ir aos meios de comunicação mais básicos como distribuição de flyers, cartazes, facebook, twitter, entre outros.

Contudo, ou as pessoas já têm o hábito de participar em actividades destas ou pertencem à organização e estrutura da A.A.C., ou ainda quando são caloiros e já vêm com a ideia de querer saber mais sobre esta entidade e por conseguinte, envolver-se

nela, ou então não mostram interesse nem participam mesmo que seja feita uma correcta e boa comunicação /divulgação dessas actividades.

Muitas destas são específicas para um público e se estás a comunicar para todos, há muitas pessoas que se cansam. É complicado comunicar na Académica, sendo o mais difícil, de muitas das lacunas que existem actualmente.

**Filipa:** Qual o tipo de investimento feito nas secções culturais?

**Luis:** É feito muito pouco investimento. O único lucro fixo da A.A.C. é a Queima das Fitas, sendo que o Conselho Cultural recebe 21% do lucro dessa festa estudantil.

Este é um problema estrutural da Académica nos últimos 4 / 5 anos. Este ano fizemos o contrato com a Cervejeira e temos dois parceiros fixos: a TMN e a Caixa Geral de Depósitos. Portanto, não garantimos receitas fixas suficientes, sendo que a Queima das Fitas é o abono de toda a família, a peça fundamental. Quando a Queima der prejuízo, a A.A.C. acaba.

**Filipa:** Na tua opinião, a adesão a actividades e eventos realizados pelas secções culturais, têm registado um crescimento de número de participantes?

**Luis:** Nos eventos pagos nota-se muita diferença. Quando não se paga entrada aparece toda a gente. Por exemplo, o Sarau de Gala da Queima das Fitas costuma ter sempre uma boa carta. Mas se vieres a um festival da TMUC, que toda a gente costuma apreciar, e que custa entre 2/3 euros, já não enche.

Portanto, se os eventos forem gratuitos muitos estudantes vão, caso contrário, a afluência é muito menor.

**Filipa:** O que consideras, que precisa de ser melhorado, neste departamento da A.A.C., mais especificamente, nas suas várias secções culturais?

**Luis:** É preciso conseguir mais receita fixa para a cultura, mais apoio financeiro, no fundo, ser um pouco mais criativo. Da mesma forma que a Académica necessita de receita fixa, as secções também necessitam de a ter, seja em bens materiais seja em dinheiro. É preciso é que isso comece a acontecer, para que as secções comecem a crescer sustentavelmente.

**Filipa:** Como responsável pelas secções culturais da A.A.C., quais são as tuas principais funções e responsabilidades?

**Luis:** Sou o elo de ligação entre a administração e a presidência da DG. A minha função baseia-se muito na comunicação da informação entre estes dois elementos.

**Filipa:** Qual ou quais as principais acções que desempenhaste desde que estás com este cargo?

**Luis:** Muito sucintamente, uma das principais acções é tentar garantir que o conselho cultural esteja arrumado, o que aconteceu pela primeira vez, que foi seguido o regulamento.

Filipa: Podes descrever-me o teu percurso académico até agora?

**Luis:** Actualmente encontro-me a finalizar a licenciatura em Direito. Comecei por me envolver nas secções de cinema e literatura pelo gosto que sempre tive na cultura e tradição de Coimbra. Já fui coordenador geral da cultura no núcleo de Direito e coordenador cultural da DG, e agora no conselho geral da cultura da DG.

**Anexo 16****Análise dos inquéritos realizados****1. Estatística Descritiva**

Nas variáveis do tipo ordinal (como as que analisaremos em seguida) é evidente uma ordenação entre as categorias, sendo uma das formas mais comuns de variáveis ordinais as respostas em escala de Likert. A escala de Likert é uma lista ordenada de respostas, sendo utilizada para registar o grau de concordância ou de discordância com determinada afirmação sobre uma atitude, crença ou juízo de valor (p. ex. Concordo Totalmente; Concordo; Não Concordo, Nem Discordo; Discordo; Discordo Totalmente).

A principal diferença relativamente às variáveis nominais (onde não existe ordenação dentro das categorias), reside no facto de ser possível determinar a mediana e a amplitude interquartil.

**1.1. Dados qualitativos, em escala nominal ou ordinal**

Uma possível forma de sumariar variáveis nominais e ordinais é procedendo à contagem do número de indivíduos em cada categoria. Esta contagem é designada por frequência de uma categoria. A variável pode então ser descrita numa tabela de frequências, onde são indicadas as categorias da variável e as respetivas frequências.

Para estas variáveis e uma vez que são na sua maior parte de índole qualitativa, e à exceção da moda, geralmente não procedemos ao cálculo dos elementos estatísticos que se calculam para as demais variáveis quantitativas (p. ex. média, mediana, desvio padrão, etc.).

As medidas calculadas para cada variável qualitativa dependerem do respetivo tipo, ou seja, para:

- **Variáveis qualitativas nominais** (variáveis cujos valores não tem uma relação de ordem entre eles), foram efetuados estudos das frequências absolutas e relativas;
- **Variáveis qualitativas ordinais** (valores não métricos mas que incluem relações de ordem), foram efetuados os estudos das frequências absolutas e relativas, medianas, quartis e modas;



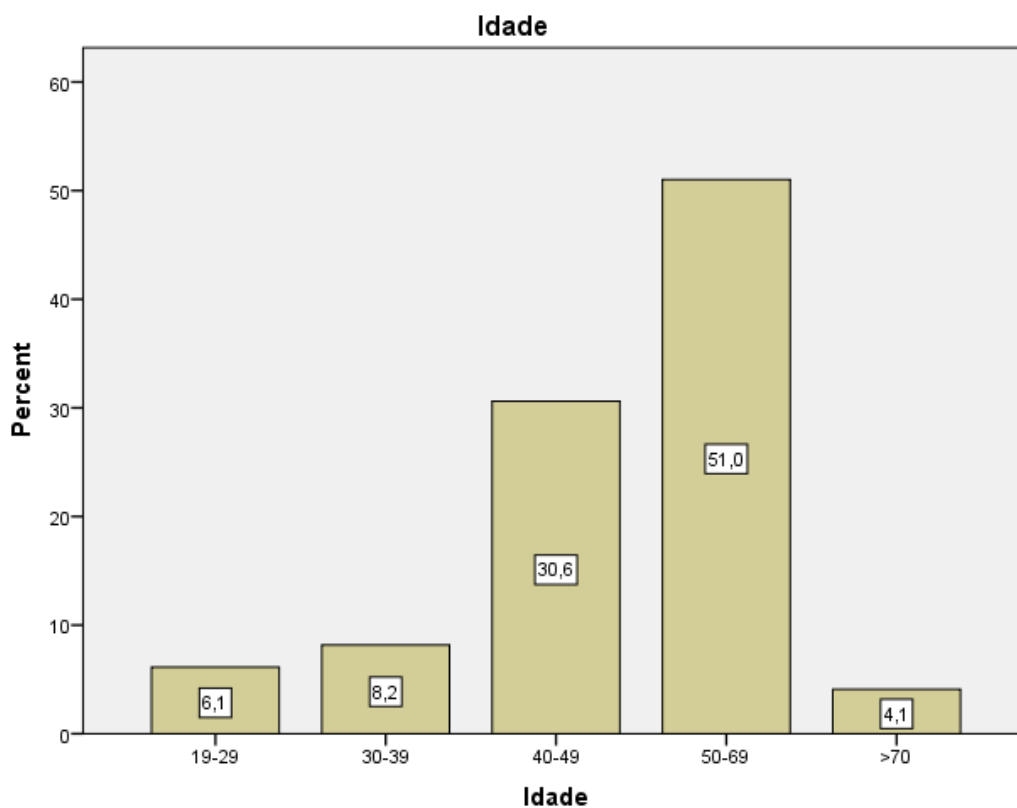
### 1.1.1.Idade

Relativamente ao parâmetro **Idade**, foi possível determinar que os elementos que compõem a nossa amostra se encontram nas seguintes faixas etárias:

		Idade			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-29	3	6,0	6,1	6,1
	30-39	4	8,0	8,2	14,3
	40-49	15	30,0	30,6	44,9
	50-69	25	50,0	51,0	95,9
	>70	2	4,0	4,1	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

- **6,1%** (3 pessoas) entre 19 - 29 anos;
- **8,2%** (4 pessoas) entre 30 - 39 anos;
- **30,6%** (15 pessoas) entre 40 - 49 anos;
- **51%** (25 pessoas) entre 50 - 69 anos;
- **4,1%** (2 pessoas) entre >70 anos.

Foram inquiridas um total de 50 pessoas, sendo que uma delas não indicou a faixa etária a que pertence.



## Statistics

Idade		
N	Valid	49
	Missing	1
Median		5,00
Mode		5
Percentiles	25	4,00
	50	5,00
	75	5,00

Tratando-se a variável **Idade**, de uma variável do tipo qualitativa, neste caso do **tipo Ordinal**, procedemos à determinação da:

- **Moda**, que corresponde ao valor ou categoria que ocorre com maior frequência;
- **Mediana**, que representa o valor único que ocupa a posição central na sucessão de observações, ou seja, valor que divide a distribuição em duas metades iguais;
- **Percentis**, representa os valores da variável que dividem a distribuição em cem partes iguais. Por exemplo o percentil 25 e o percentil 75 são referidos como o 1º quartil=Q1 e o 3º quartil=Q3, respetivamente.

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 5**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos entre os **50 e os 69** anos.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 5**, ou seja, metade das pessoas inquiridas encontra-se no intervalo de **idades igual ou inferior a 50-69**, a outra metade tem **idades iguais ou superiores ao intervalo 50-69**.

Relativamente aos Percentis,

- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **idade igual ou superior a 40-49** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **idade igual ou menor a 40-49**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **5**, ou seja, metade das pessoas inquiridas encontra-se no intervalo de **idades igual ou inferior a 50-69** e a outra metade tem **idade igual ou superior ao intervalo 50-69**.

- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **5**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **idade igual ou inferior a 50-69** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **idade igual ou superior** que **50-69**.

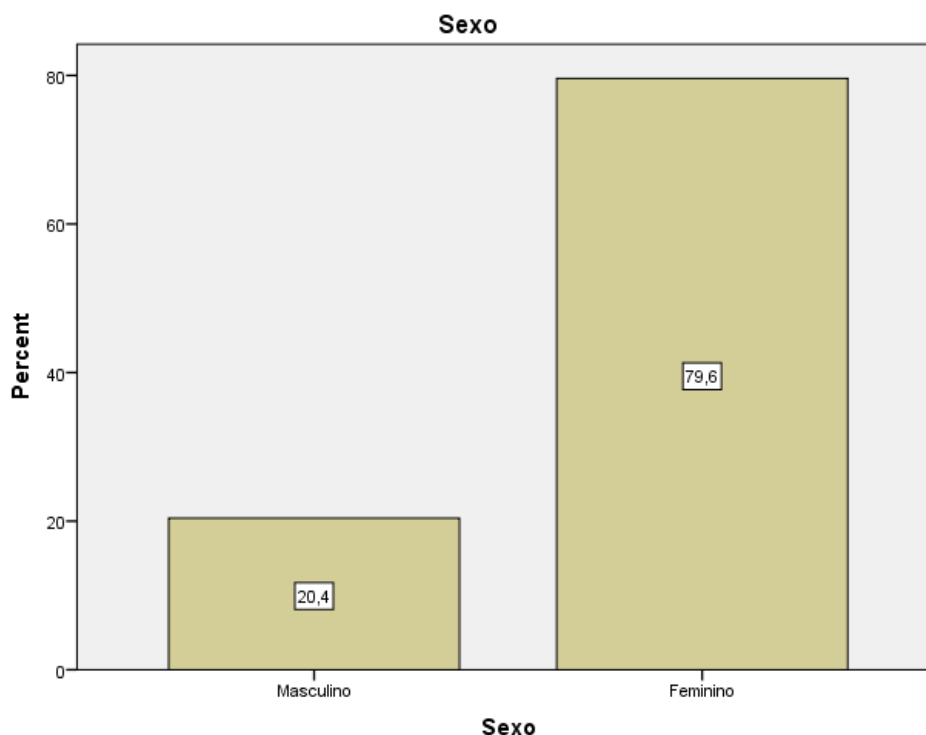
### 1.1.2. Sexo

Relativamente ao parâmetro **Sexo**, foi possível determinar que os elementos que compõe a nossa amostra se encontram divididos da seguintes forma

		Sexo			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	10	20,0	20,4	20,4
	Feminino	39	78,0	79,6	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

- **20,4%** (10 pessoas) são do sexo masculino;
- **79,6%** (39 pessoas) são do sexo feminino.

A nossa amostra é assim composta maioritariamente por elementos do sexo feminino.



**Statistics**

Sexo

N	Valid	49
	Missing	1
Mode		2

Tratando-se a variável **Sexo**, de uma variável do tipo qualitativa, neste caso do **tipo nominal**, procedemos à determinação da **Moda**, que corresponde ao valor ou categoria que ocorre com maior frequência. A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 2**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída maioritariamente por indivíduos do sexo feminino.

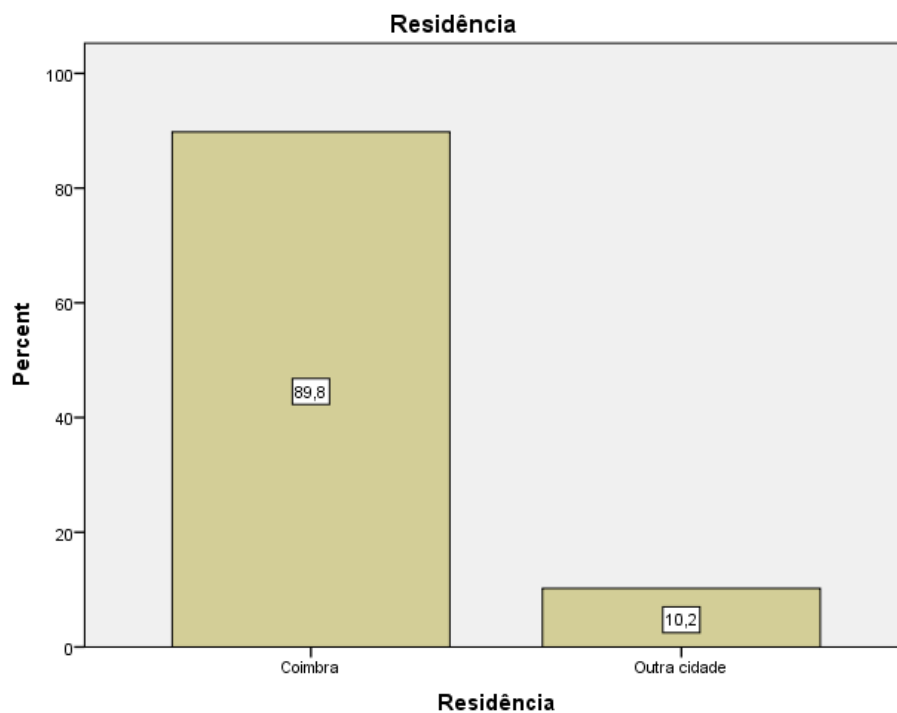
**1.1.4.Residência**

Relativamente ao parâmetro **Residência**, foi possível determinar que os elementos que compõe a nossa amostra habitam em:

**Residência**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Coimbra	44	88,0	89,8	89,8
	Outra cidade	5	10,0	10,2	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		

- **89,8%** (44 pessoas) em Coimbra;
- **10,2%** (5 pessoas) em outra cidade.



**Statistics**

Residência		
N	Valid	49
	Missing	1
Mode		1

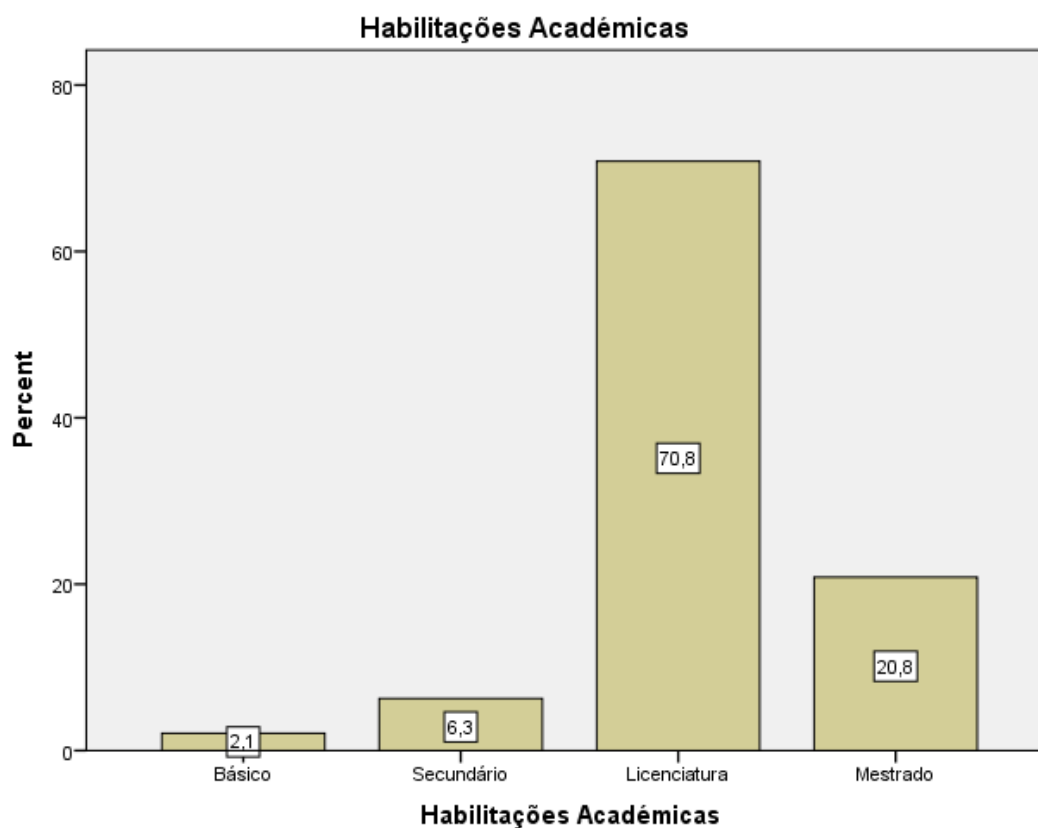
Tratando-se a variável **Residência**, de uma variável do tipo qualitativa, neste caso do **tipo nominal**, procedemos à determinação da **Moda**. A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída maioritariamente por indivíduos que residem na zona de Coimbra.

### 1.1.3.Habilitações Acadêmicas

Relativamente ao parâmetro **Habilitações Acadêmicas**, foi possível determinar que os elementos que compõem a nossa amostra concluíram os seguintes graus de ensino:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Básico	1	2,0	2,1	2,1
	Secundário	3	6,0	6,3	8,3
	Licenciatura	34	68,0	70,8	79,2
	Mestrado	10	20,0	20,8	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		

- **Básico:** 2,1% (1 pessoa);
- **Secundário:** 6,3% (3 pessoas)
- **Licenciatura:**– 70,8% (34 pessoas;
- **Mestrado:** 20,8% (10 pessoas).



**Statistics**

Habilitações Académicas		
N	Valid	48
	Missing	2
Median		3,00
Mode		3
Percentiles	25	3,00
	50	3,00
	75	3,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 3**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos **licenciados**.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 3**, ou seja, metade das pessoas inquiridas têm o ensino **básico, secundário** ou **licenciatura**, a outra metade tem **licenciatura** ou **mestrado**.

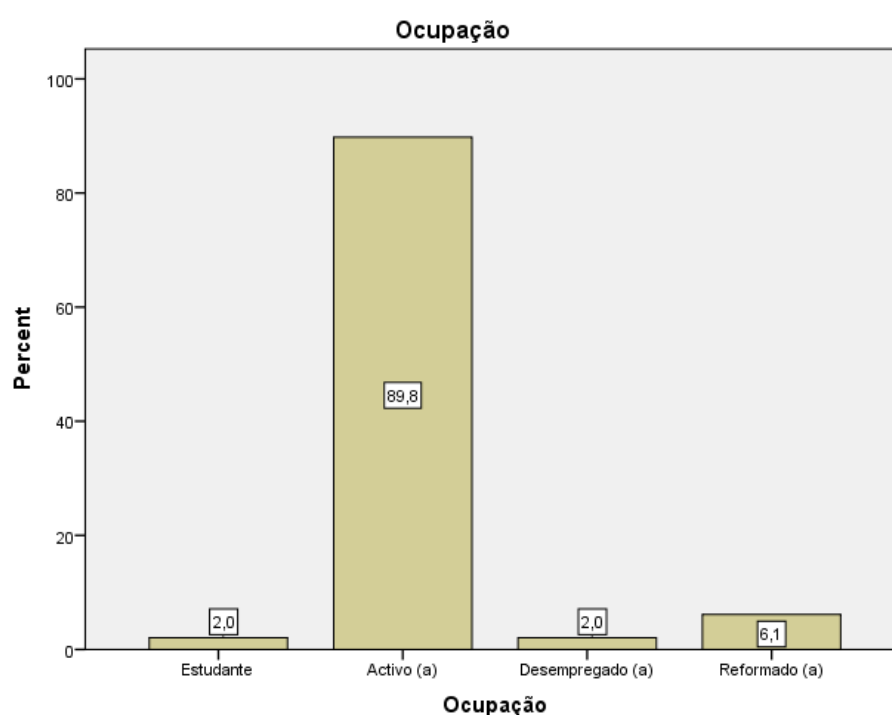
Relativamente aos Percentis,

- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **idade igual ou superior a 40-49** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **idade igual ou menor a 40-49**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **5**, ou seja, metade das pessoas inquiridas encontra-se no intervalo de **idades igual ou inferior a 50-69** e a outra metade tem **idade igual ou superior ao intervalo 50-69**.
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **5**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **idade igual ou inferior a 50-69** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **idade igual ou superior que 50-69**.

## 1.1.4.Ocupação

Ocupação

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Estudante	1	2,0	2,0	2,0
	Activo (a)	44	88,0	89,8	91,8
	Desempregado (a)	1	2,0	2,0	93,9
	Reformado (a)	3	6,0	6,1	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
Missing	System	1	2,0		
Total		50	100,0		



Statistics

Ocupação

N	Valid	49
	Missing	1
Mode		2

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 2**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos **que estão atualmente no ativo**.



### 1.1.5. Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?

Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	44	88,0	91,7	91,7
	Não	4	8,0	8,3	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		



#### Statistics

Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?

N	Valid	48
	Missing	2
Mode		1

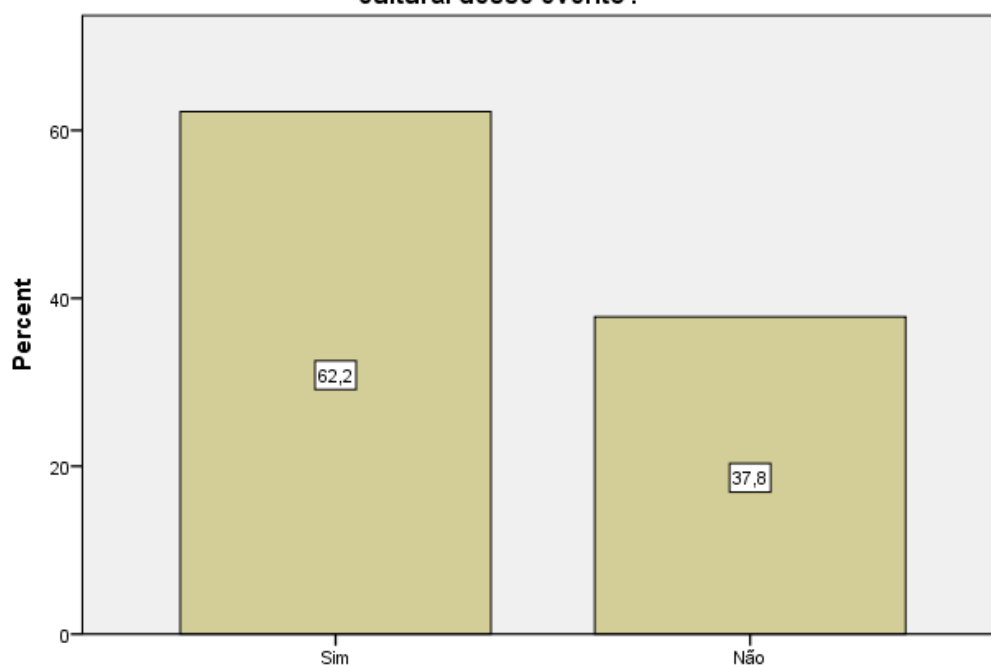
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 3**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos **licenciados**.

### 1.1.6. Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma atividade cultural desse evento?

Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma atividade cultural desse evento?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	28	56,0	62,2	62,2
	Não	17	34,0	37,8	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma actividade cultural desse evento?



Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma actividade cultural desse evento?

#### Statistics

Se respondeu sim na questão anterior, participou/ assistiu a alguma actividade cultural desse evento?

N	Valid	45
	Missing	5
Mode		1

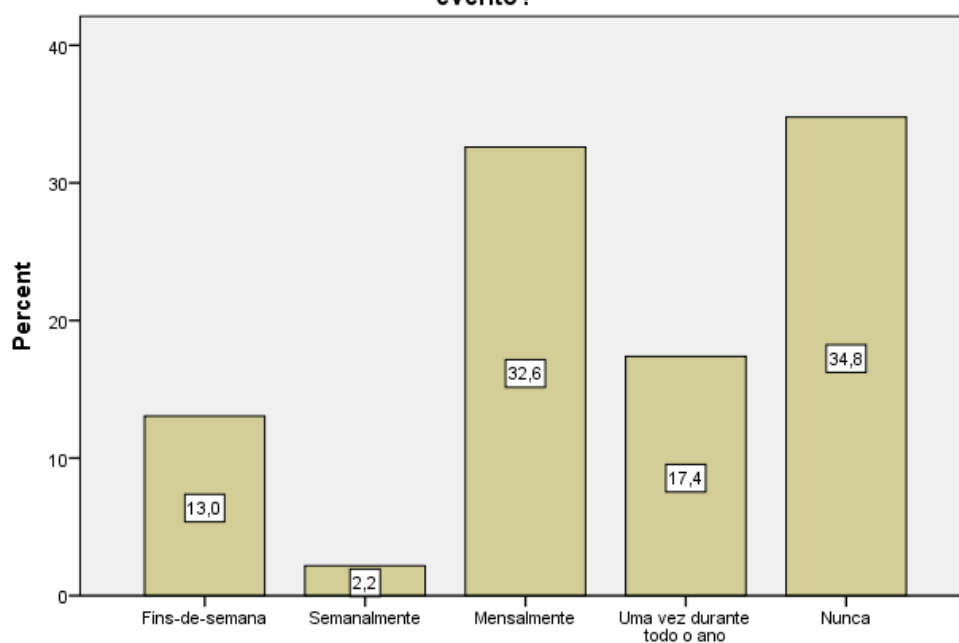
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que dos indivíduos que tiveram conhecimento do evento Coimbra 2003, a **maioria participou ou assistiu a alguma atividade cultural desse ano.** .

### 1.1.7.Com que regularidade participou/assistiu a atividades culturais inseridas neste evento (2003)?

Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fins-de-semana	6	12,0	13,0	13,0
	Semanalmente	1	2,0	2,2	15,2
	Mensalmente	15	30,0	32,6	47,8
	Uma vez durante todo o ano	8	16,0	17,4	65,2
	Nunca	16	32,0	34,8	100,0
	Total	46	92,0	100,0	
Missing	System	4	8,0		
Total		50	100,0		

Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?



Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?

#### Statistics

Com que regularidade participou/assistiu a actividades culturais inseridas neste evento?

N	Valid	46
	Missing	4
Median		5,00
Mode		6
Percentiles	25	4,00
	50	5,00
	75	6,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 6**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos nunca **participou/assistiu a atividades culturais inseridas neste evento**.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 5**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, participou apenas uma vez durante todo o ano e/ou nunca participou em atividades, enquanto a outra metade participou apenas uma vez durante todo o ano, mensalmente, semanalmente e/ou aos fins de semana.

Relativamente aos Percentis,

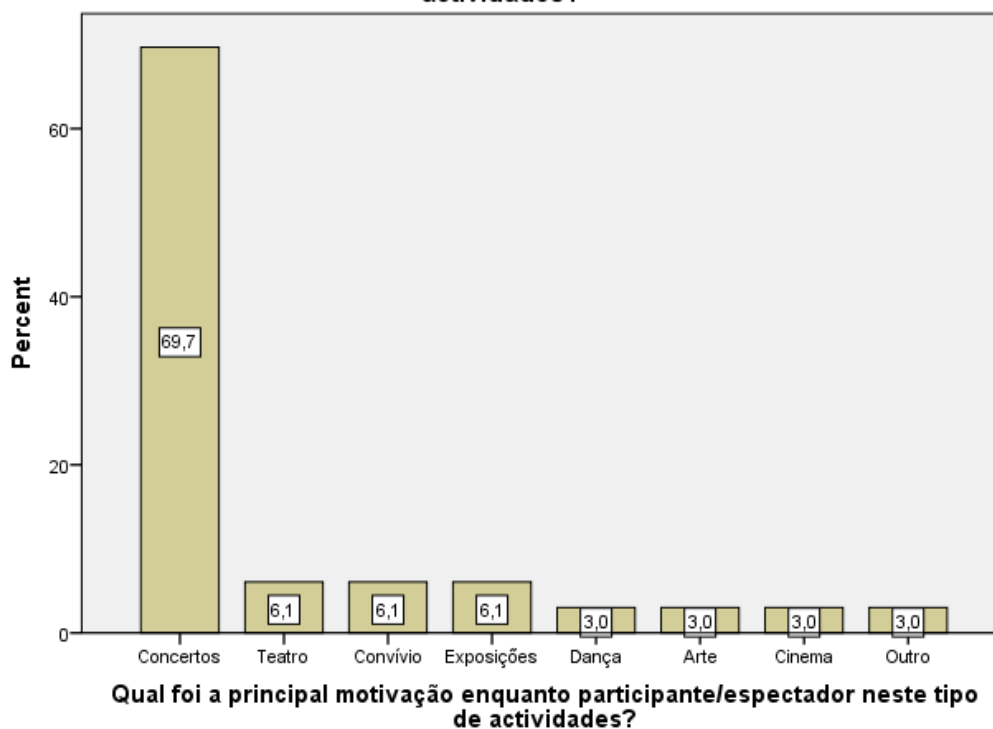
- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **regularidade de participação igual ou superior a 1 vez por mês (mensalmente)** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **regularidade de participação em atividades igual ou menor a 1 vez por mês (mensalmente)**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **5**, ou seja, metade das pessoas inquiridas tem uma regularidade de participação **igual ou inferior a “apenas uma vez durante todo o ano”** e a outra metade tem uma regularidade de participação **igual ou superior a uma vez por mês**.
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **6**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma regularidade de participação **igual ou inferior a 0 (zero) participações em atividades** e, evidentemente, os outros 25% têm uma regularidade de participação **igual a 0 (zero) participações em atividades**.

### 1.1.8.Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de atividades?

**Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concertos	23	46,0	69,7	69,7
	Teatro	2	4,0	6,1	75,8
	Convívio	2	4,0	6,1	81,8
	Exposições	2	4,0	6,1	87,9
	Dança	1	2,0	3,0	90,9
	Arte	1	2,0	3,0	93,9
	Cinema	1	2,0	3,0	97,0
	Outro	1	2,0	3,0	100,0
	Total	33	66,0	100,0	
Missing	System	17	34,0		
Total		50	100,0		

**Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?**



**Statistics**

Qual foi a principal  
motivação enquanto  
participante/espectador  
neste tipo de actividades?

N	Valid	33
	Missing	17
Mode		1

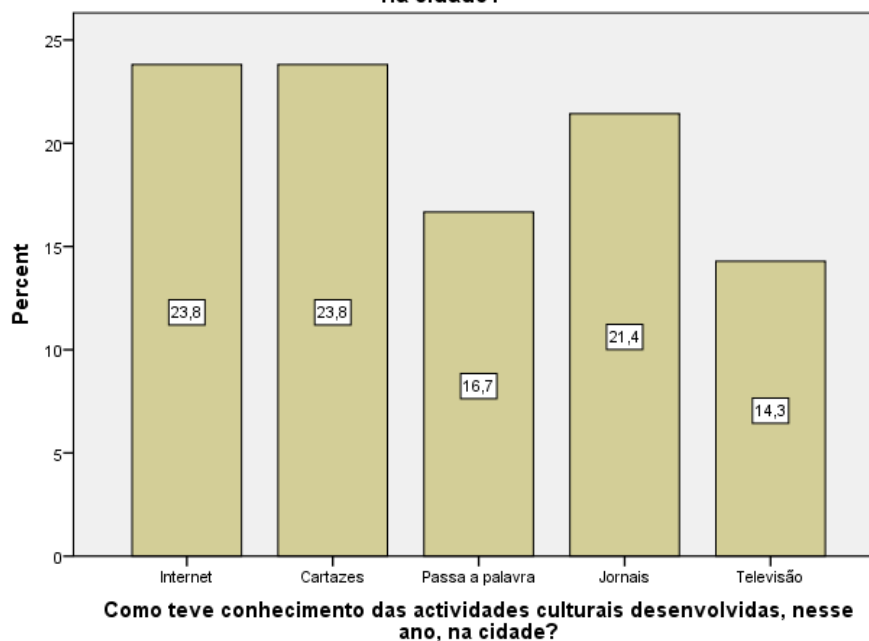
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que os **concertos** foram a principal motivação enquanto participantes/espectadores em atividades.

### 1.1.9..Como teve conhecimento das atividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?

#### Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Internet	10	20,0	23,8	23,8
	Cartazes	10	20,0	23,8	47,6
	Passa a palavra	7	14,0	16,7	64,3
	Jornais	9	18,0	21,4	85,7
	Televisão	6	12,0	14,3	100,0
	Total	42	84,0	100,0	
Missing	System	8	16,0		
Total		50	100,0		

Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?



#### Statistics

Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?

N	Valid	42
	Missing	8
Mode		1 <sup>a</sup>

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

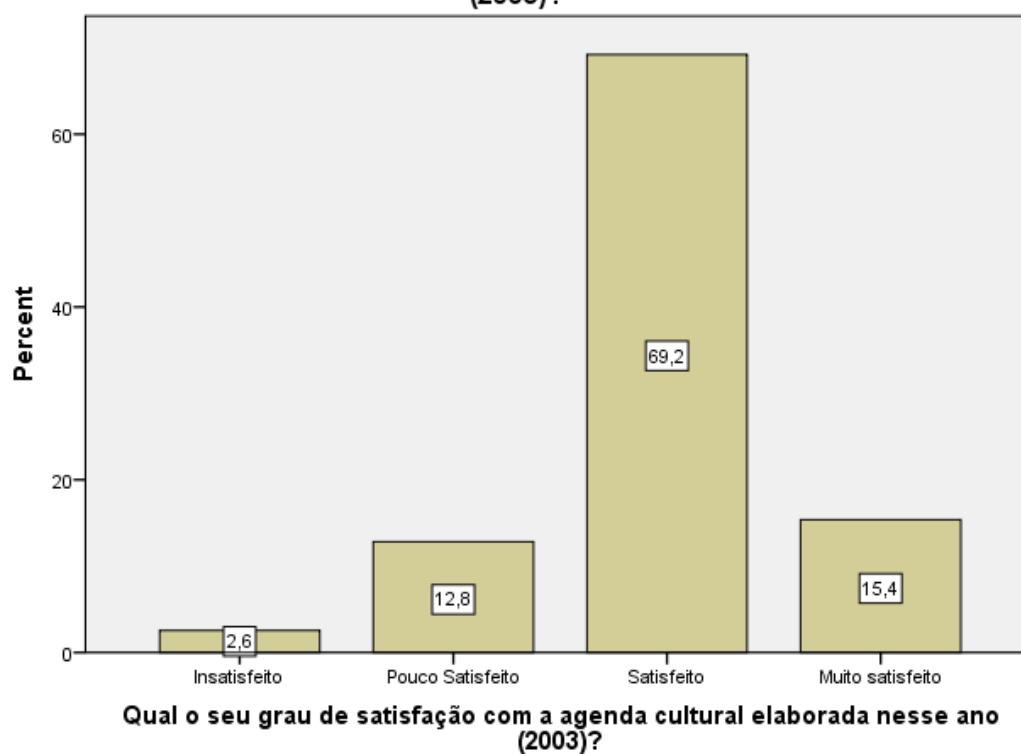
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que relativamente à **Moda**, estamos perante a existência de um caso **bimodal**, ou seja, existem duas observações que ocorrem o mesmo número de vezes. Neste caso em particular, a maioria dos inquiridos teve conhecimento das actividades culturais desse ano através da **internet** e dos **cartazes**.

**1.1.9.Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?**

**Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Insatisfeito	1	2,0	2,6	2,6
	Pouco Satisfeito	5	10,0	12,8	15,4
	Satisfeito	27	54,0	69,2	84,6
	Muito satisfeito	6	12,0	15,4	100,0
	Total	39	78,0	100,0	
Missing	System	11	22,0		
Total		50	100,0		

**Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?**





**Statistics**

Qual o seu grau de satisfação  
com a agenda cultural elaborada  
nesse ano (2003)?

N	Valid	39
	Missing	11
Median		3,00
Mode		3
Percentiles	25	3,00
	50	3,00
	75	3,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 3**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que se consideram **satisfeitos** a agenda cultural elaborada de 2003.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 3**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera-se **satisfeita, pouco satisfeita** e/ou **insatisfeita**, relativamente à agenda cultural de 2003, já a outra metade da população inquirida considera-se **satisfeita, muito satisfeita** e/ou **extremamente satisfeito**.

Relativamente aos Percentis,

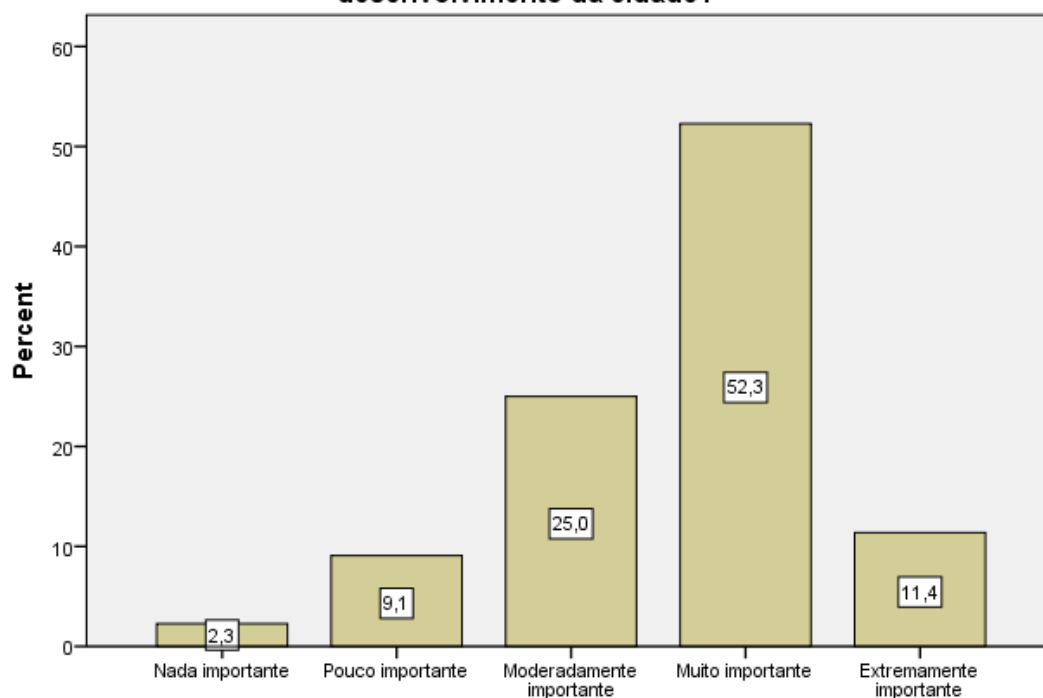
- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, muito satisfeito** ou **extremamente satisfeito** com a agenda cultural de 2003 e, evidentemente, os outros 25% consideram a agenda cultural de 2003 **satisfatória, pouco satisfatória** ou **insatisfatória**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **3**, ou seja, metade das pessoas inquiridas pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, muito satisfeito** ou **extremamente satisfeito** com a agenda cultural de 2003, já a outra metade considera que a agenda cultural de 2003 foi **satisfatória, pouco satisfatória** ou **insatisfatória**.
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, pouco satisfeita** ou **insatisfeita** com a agenda cultural de 2003 e, evidentemente, os outros 25% consideram-se **satisfeitos, muito satisfeitos** ou **extremamente satisfeitos** com a agenda cultural de 2003.

### 1.1.10 Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?

Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nada importante	1	2,0	2,3	2,3
	Pouco importante	4	8,0	9,1	11,4
	Moderadamente importante	11	22,0	25,0	36,4
	Muito importante	23	46,0	52,3	88,6
	Extremamente importante	5	10,0	11,4	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?



Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?

**Statistics**

Considera que o evento, Coimbra capital da cultura, foi importante para o desenvolvimento da cidade?

N	Valid	44
	Missing	6
Median		4,00
Mode		4
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	4,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 4**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que consideram que o evento, Coimbra capital da cultura, foi **muito importante** para o desenvolvimento da cidade.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera que o evento Coimbra capital da cultura foi **muito importante** e/ou **extremamente importante** para o desenvolvimento da cidade, por outro lado, a outra metade da população inquirida considera que o evento foi **nada importante, pouco importante, moderadamente importante** e/ou **muito importante** para o desenvolvimento da cidade.

Relativamente aos Percentis,

- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que o evento Coimbra capital da cultura foi **moderadamente importante, muito importante** e/ou **extremamente importante** para o desenvolvimento da cidade e, evidentemente, os outros 25% consideram que o evento foi **moderadamente importante, pouco importante** e/ou **nada importante** para o desenvolvimento da cidade.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas pessoas inquiridas considera que o evento foi **muito importante** e/ou **extremamente importante**, já a outra metade considera que o evento foi **muito importante**,

**moderadamente importante, pouco importante e/ou nada importante** para o desenvolvimento da cidade.

- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que o evento foi **muito importante** e/ou **extremamente importante** e, evidentemente, os outros 25% consideram o evento **muito importante, moderadamente importante, pouco importante e/ou nada importante** para o desenvolvimento da cidade.

**1.1.11. Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?**

**Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	38	76,0	79,2	79,2
	Não	10	20,0	20,8	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
Missing	System	2	4,0		
Total		50	100,0		

**Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?**



**Statistics**

Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?

N	Valid	48
	Missing	2
Mode		1

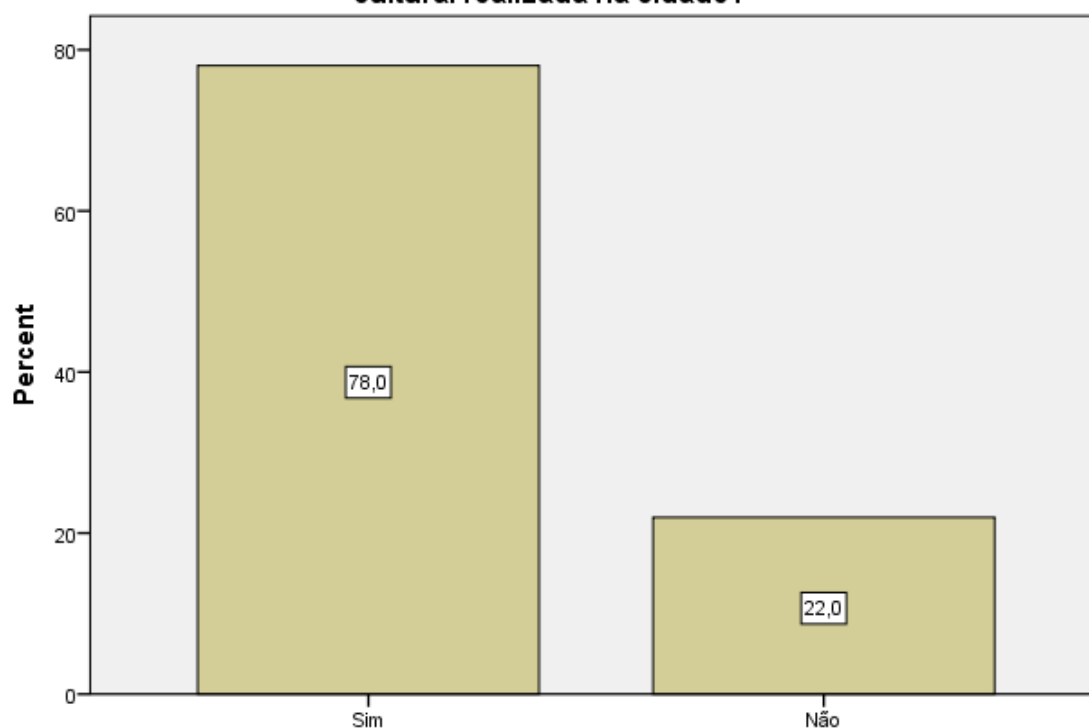
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos **que tiveram conhecimento** dos principais eventos realizados, em Coimbra (2014).

**1.1.12. Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma atividade cultural realizada na cidade?**

**Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma atividade cultural realizada na cidade?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	32	64,0	78,0	78,0
	Não	9	18,0	22,0	100,0
	Total	41	82,0	100,0	
Missing	System	9	18,0		
Total		50	100,0		

**Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma actividade cultural realizada na cidade?**



**Se respondeu sim na questão anterior, participa/assiste a alguma actividade cultural realizada na cidade?**

**Statistics**

Se respondeu sim na  
questão anterior,  
participa/assiste a alguma  
actividade cultural realizada  
na cidade?

N	Valid	41
	Missing	9
Mode		1

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída por indivíduos **que tiveram conhecimento** dos principais eventos realizados em Coimbra (2014) e que **a sua grande maioria participou/assistiu** aos principais eventos realizados na cidade.

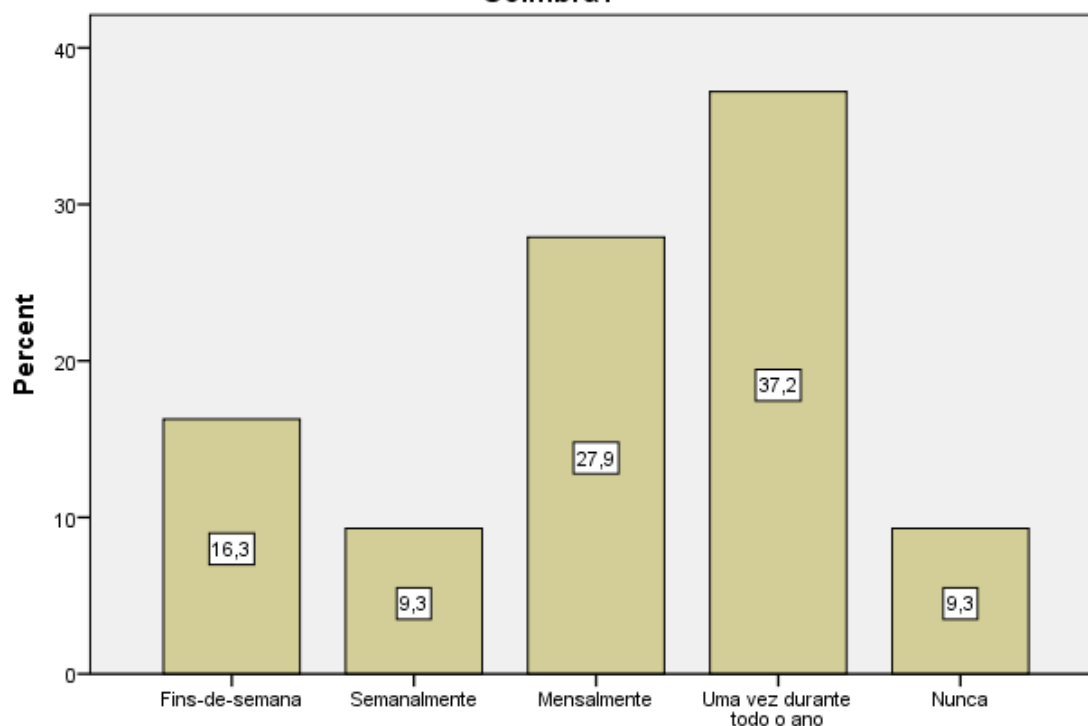


**1.1.14. Com que regularidade participa/assiste a atividades culturais na cidade de Coimbra (2014)?**

**Com que regularidade participa/assiste a actividades culturais na cidade de Coimbra?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fins-de-semana	7	14,0	16,3	16,3
	Semanalmente	4	8,0	9,3	25,6
	Mensalmente	12	24,0	27,9	53,5
	Uma vez durante todo o ano	16	32,0	37,2	90,7
	Nunca	4	8,0	9,3	100,0
	Total	43	86,0	100,0	
Missing	System	7	14,0		
Total		50	100,0		

**Com que regularidade participa/assiste a actividades culturais na cidade de Coimbra?**



**Com que regularidade participa/assiste a actividades culturais na cidade de Coimbra?**

**Statistics**

Com que regularidade  
participa/assiste a actividades  
culturais na cidade de Coimbra?

N	Valid	43
	Missing	7
Median		4,00
Mode		5
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	5,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 5**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que participaram/assistiram **apenas uma vez** (durante todo o ano) a **atividades culturais inseridas neste evento**.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, participou/assistiu a actividades **mensalmente, apenas uma vez** ou nunca participou/assistiu a qualquer atividade, enquanto a outra metade participou mensalmente, semanalmente e/ou aos fins de semana.

Relativamente aos Percentis,

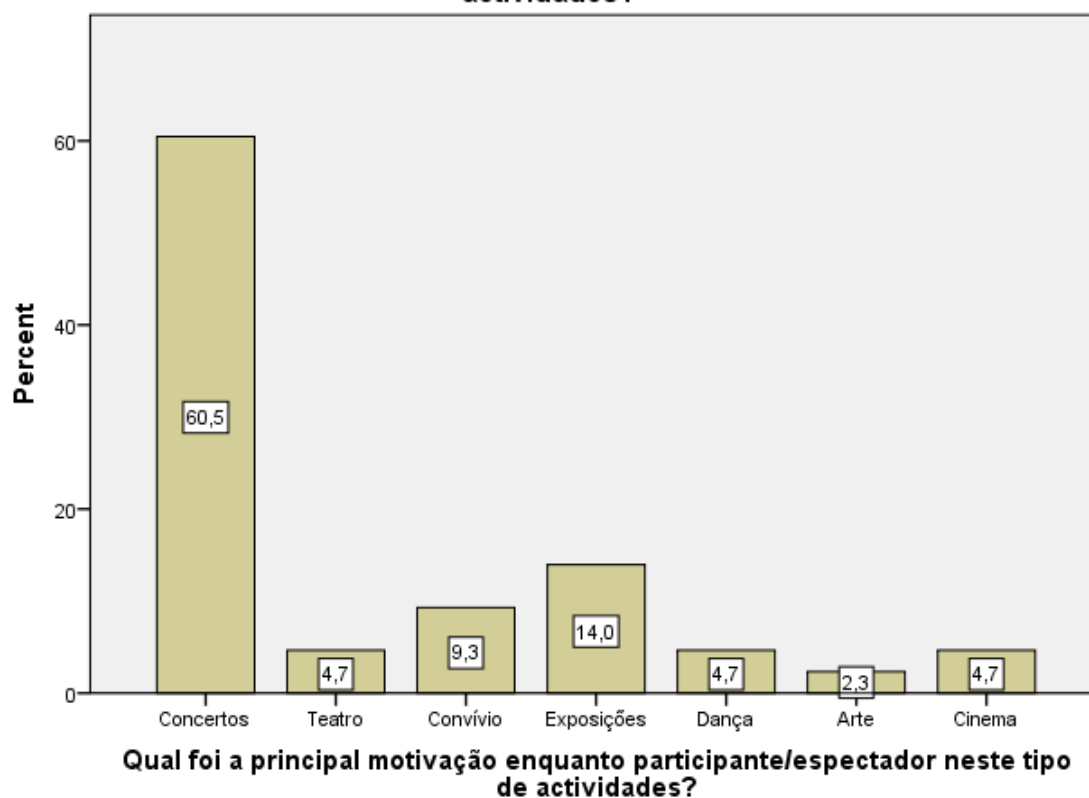
- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas tem uma **regularidade de participação igual ou superior a 1 vez por semana (semanalmente)** e, evidentemente, os outros 25% têm uma **regularidade de participação em atividades igual ou menor a 1 vez por semana (semanalmente)**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas tem uma regularidade de participação **igual ou inferior a uma vez por mês (mensal)** e a outra metade tem uma regularidade de participação **igual ou superior a uma vez por mês**.
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o **valor 5**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas nunca participou/assistiu às atividades ou só o fez uma vez durante todo o ano e, evidentemente, os outros 25% tiveram uma regularidade de participação/assistência às atividades (em 2014) **igual ou superior a pelo menos uma vez durante todo o ano**.

**Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de atividades?**

**Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concertos	26	52,0	60,5	60,5
	Teatro	2	4,0	4,7	65,1
	Convívio	4	8,0	9,3	74,4
	Exposições	6	12,0	14,0	88,4
	Dança	2	4,0	4,7	93,0
	Arte	1	2,0	2,3	95,3
	Cinema	2	4,0	4,7	100,0
	Total	43	86,0	100,0	
Missing	System	7	14,0		
Total		50	100,0		

**Qual foi a principal motivação enquanto participante/espectador neste tipo de actividades?**



**Statistics**

Qual foi a principal  
motivação enquanto  
participante/espectador  
neste tipo de actividades?

N	Valid	43
	Missing	7
Mode		1

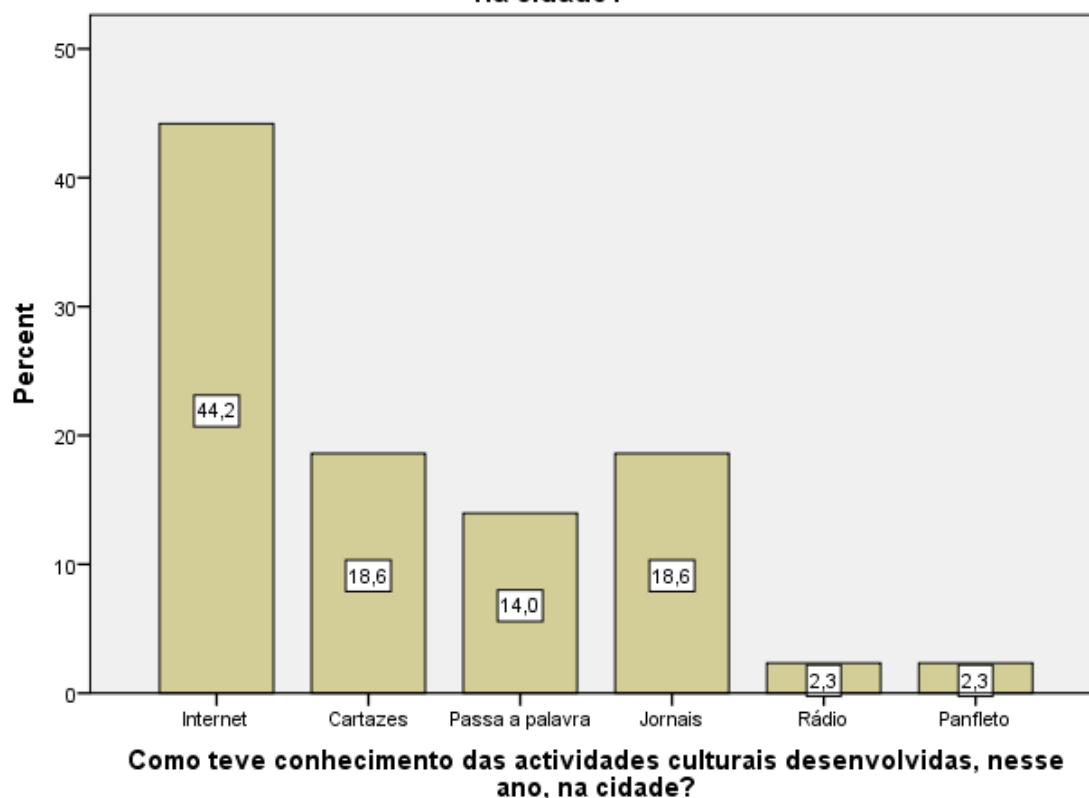
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos cuja principal motivação enquanto participantes/espectadores foram os **concertos**.

**1.1.16. Como teve conhecimento das atividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?**

**Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Internet	19	38,0	44,2	44,2
	Cartazes	8	16,0	18,6	62,8
	Passa a palavra	6	12,0	14,0	76,7
	Jornais	8	16,0	18,6	95,3
	Rádio	1	2,0	2,3	97,7
	Panfleto	1	2,0	2,3	100,0
	Total	43	86,0	100,0	
Missing	System	7	14,0		
Total		50	100,0		

**Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?**



**Statistics**

Como teve conhecimento  
das actividades culturais  
desenvolvidas, nesse ano,  
na cidade?

N	Valid	43
	Missing	7
Mode		1

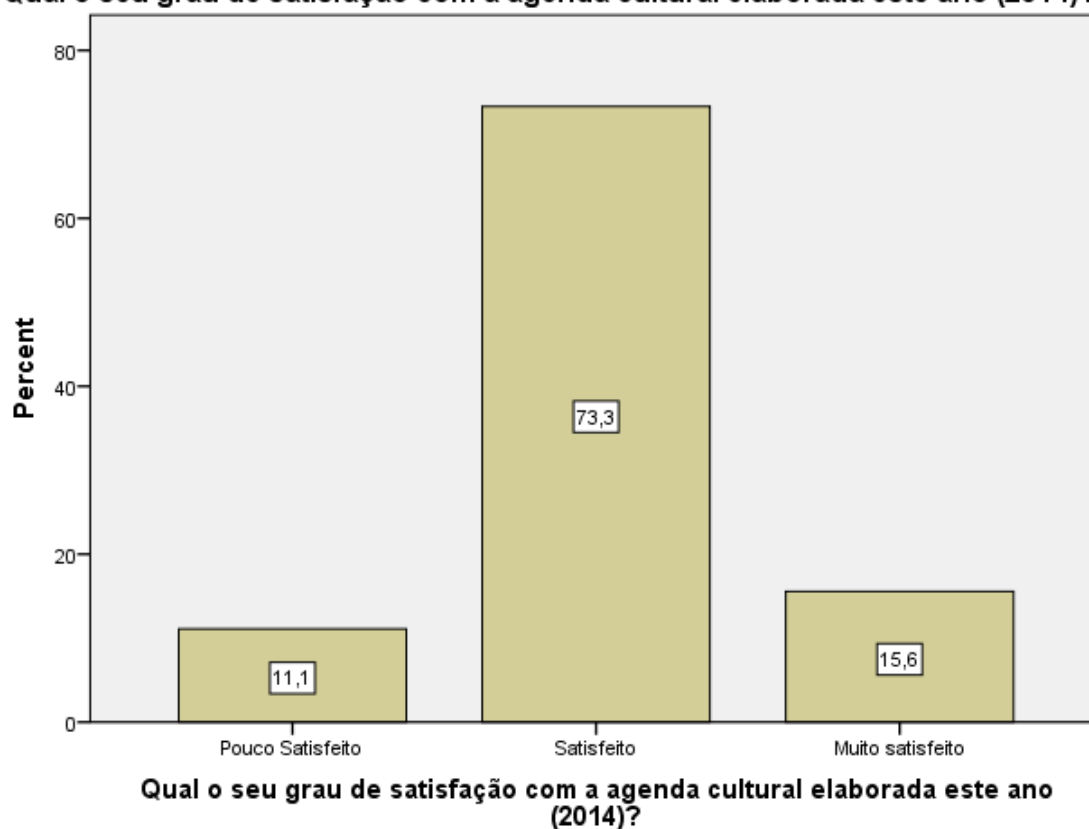
A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que tiveram conhecimento das actividades culturais de 2014 através da **Internet**.

**1.1.18. Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?**

**Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pouco Satisfeito	5	10,0	11,1	11,1
	Satisfeito	33	66,0	73,3	84,4
	Muito satisfeito	7	14,0	15,6	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

**Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?**



**Statistics**

Qual o seu grau de satisfação  
com a agenda cultural elaborada  
este ano (2014)?

N	Valid	45
	Missing	5
Median		3,00
Mode		3
Percentiles	25	3,00
	50	3,00
	75	3,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 3**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que se consideram **satisfeitos** a agenda cultural elaborada de 2003.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 3**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera-se **satisfeita, pouco satisfeita** e/ou **insatisfeita**, relativamente à agenda cultural de 2003, já a outra metade da população inquirida considera-se **satisfeita, muito satisfeita** e/ou **extremamente satisfeito**.

Relativamente aos Percentis,

**Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, muito satisfeito** ou **extremamente satisfeito** com a agenda cultural de 2014 e, evidentemente, os outros 25% consideram a agenda cultural de 2014 **satisfatória, pouco satisfatória** ou **insatisfatória**.

- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **3**, ou seja, metade das pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, muito satisfeito** ou **extremamente satisfeito** com a agenda cultural de 2014, já a outra metade considera que a agenda cultural de 2014 foi **satisfatória, pouco satisfatória** ou **insatisfatória**.
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera-se **satisfeita, pouco satisfeita** ou **insatisfeita** com a agenda cultural de 2014 e, evidentemente, os outros 25% consideram-se **satisfeitos, muito satisfeitos** ou **extremamente satisfeitos** com a agenda cultural de 2014.

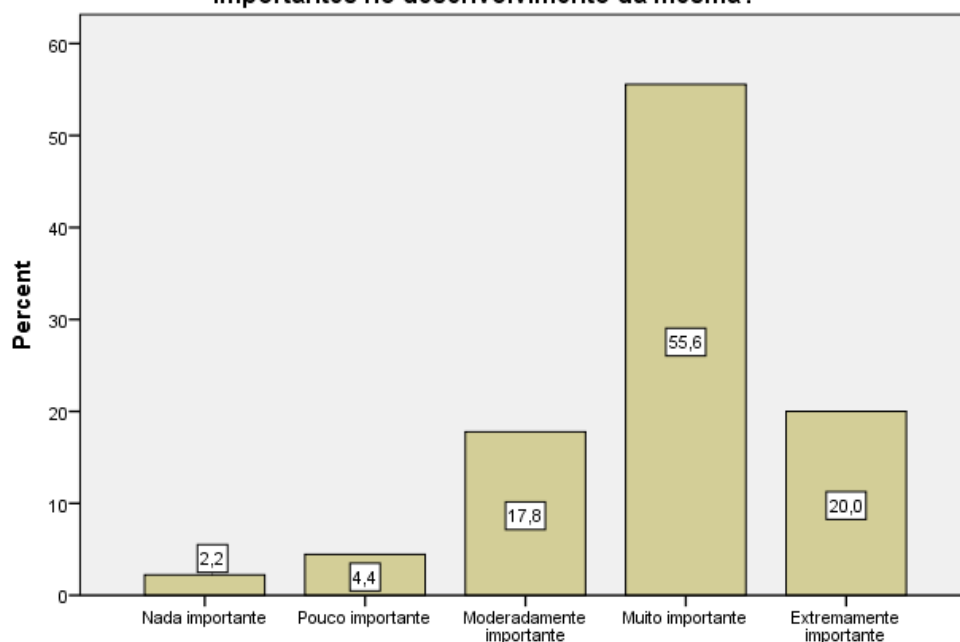


### 1.1.19 Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nada importante	1	2,0	2,2	2,2
	Pouco importante	2	4,0	4,4	6,7
	Moderadamente importante	8	16,0	17,8	24,4
	Muito importante	25	50,0	55,6	80,0
	Extremamente importante	9	18,0	20,0	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?



Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

**Statistics**

Considera que os eventos realizados, actualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

N	Valid	45
	Missing	5
Median		4,00
Mode		4
Percentiles	25	3,50
	50	4,00
	75	4,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 4**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que consideram que o evento, Coimbra capital da cultura, foi **muito importante** para o desenvolvimento da cidade.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera que o evento Coimbra capital da cultura foi **muito importante** e/ou **extremamente importante** para o desenvolvimento da cidade, por outro lado, a outra metade da população inquirida considera que o evento foi **nada importante, pouco importante, moderadamente importante** e/ou **muito importante** para o desenvolvimento da cidade.

Relativamente aos Percentis,

- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 4 (3,5)**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que o evento Coimbra capital da cultura foi **muito importante** e/ou **extremamente importante** para o desenvolvimento da cidade e, evidentemente, os outros 25% consideram que o evento foi **muito importante, moderadamente importante, pouco importante** e/ou **nada importante** para o desenvolvimento da cidade.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas pessoas inquiridas considera que o evento foi **muito importante** e/ou **extremamente importante**, já a outra metade considera que o evento foi **muito importante**,

**moderadamente importante, pouco importante e/ou nada importante** para o desenvolvimento da cidade.

- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que o evento foi **muito importante** e/ou **extremamente importante** e, evidentemente, os outros 25% consideram o evento **muito importante, moderadamente importante, pouco importante e/ou nada importante** para o desenvolvimento da cidade.

**1.1.20. Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?**

**Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Má	1	2,0	2,2	2,2
	Fraca	7	14,0	15,2	17,4
	Razoável	13	26,0	28,3	45,7
	Boa	21	42,0	45,7	91,3
	Muito boa	4	8,0	8,7	100,0
	Total	46	92,0	100,0	
Missing	System	4	8,0		
Total		50	100,0		

**Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?**



**Statistics**

Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?

N	Valid	46
	Missing	4
Median		4,00
Mode		4
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	4,00

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 4**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que consideram que a evolução da cultura na cidade de Coimbra (na última década) é **Boa**.

Relativamente à **Mediana**, obtemos o **valor 4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera que a evolução da cultura na cidade de Coimbra (na última década) foi **Boa, Razoável, Fraca** e/ou **Má**, por outro lado, a outra metade da população inquirida considera que a evolução da cultura na ultima década foi **Boa, Muito Boa** e/ou **Excelente**.

Relativamente aos Percentis,

- **Percentis 25% (Q1)** – Relativamente ao primeiro Quartil ou Percentil 25 obtemos o **valor 3**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que a evolução da cultura (na última década) na cidade de Coimbra foi **Razoável, Boa, Muito Boa** e/ou **Excelente** e, evidentemente, os outros 25% consideram que a evolução da cultura (na última década) na cidade de Coimbra foi **Razoável, Fraco** e/ou **Mau**.
- **Percentis 50% (Q2)** – A mediana corresponde também ao segundo Quartil e Percentil 50. No caso específico, o valor obtido é **4**, ou seja, metade das pessoas inquiridas, considera que a evolução da cultura na cidade de Coimbra (na última década) foi **Boa, Razoável, Fraca** e/ou **Má**, por outro lado, a outra metade da população inquirida considera que a evolução da cultura na ultima década foi **Boa, Muito Boa** e/ou **Excelente**.

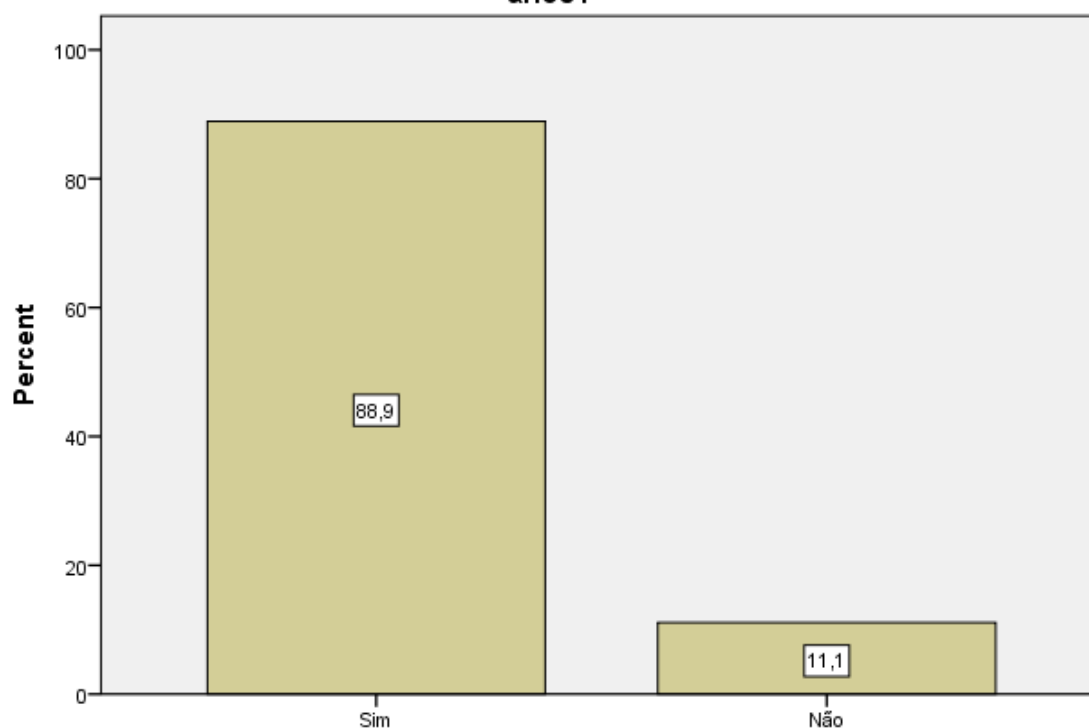
- **Percentis 75% (Q3)** – Relativamente ao terceiro Quartil ou Percentil 75 obtemos o valor **4**, o que indica que 75% das pessoas inquiridas considera que a evolução da cultura (na última década) na cidade de Coimbra foi **Boa, Muito Boa** e/ou **Excelente** e, evidentemente, os outros 25% considera que a evolução da cultura na ultima década foi **Boa, Razoável, Fraca** e/ou **Má**.

**1.1.22. Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?**

**Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	40	80,0	88,9	88,9
	Não	5	10,0	11,1	100,0
	Total	45	90,0	100,0	
Missing	System	5	10,0		
Total		50	100,0		

**Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?**



**Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?**

**Statistics**

Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?

N	Valid	45
	Missing	5
Mode		1

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que consideram que atualmente a cidade **possuiu** uma maior oferta cultural (últimos 10 anos)

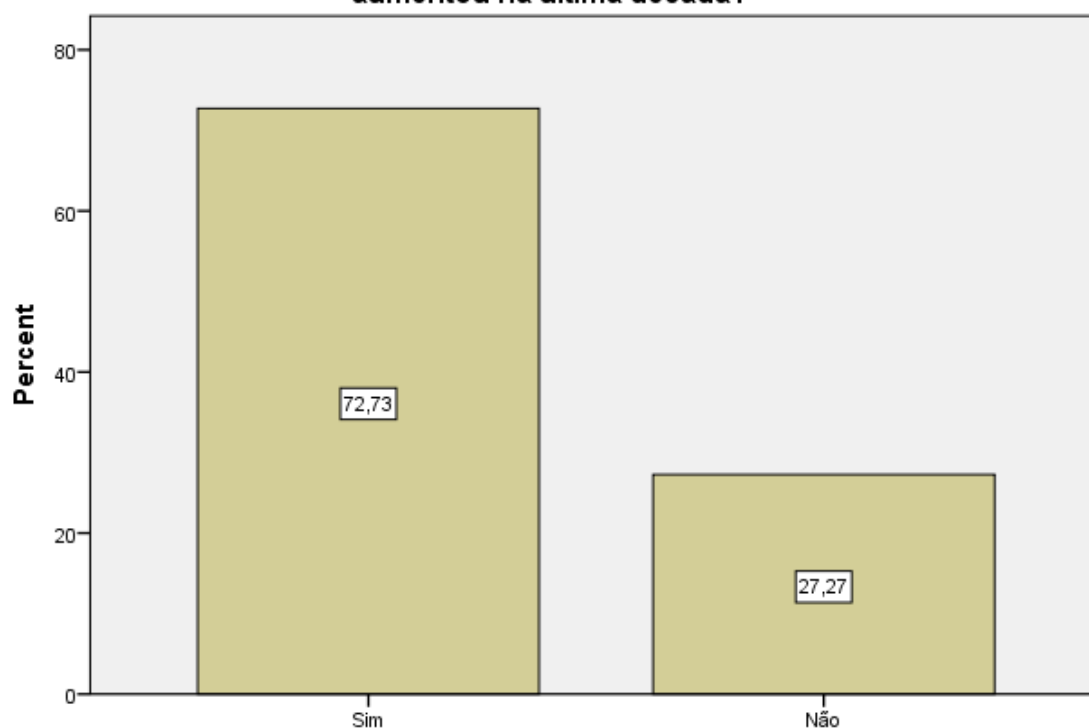


**1.1.24. O seu grau de participação em atividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?**

**O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	32	64,0	72,7	72,7
	Não	12	24,0	27,3	100,0
	Total	44	88,0	100,0	
Missing	System	6	12,0		
Total		50	100,0		

**O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?**



**O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?**

**Statistics**

O seu grau de participação  
em actividades culturais, na  
cidade de Coimbra,  
aumentou na última  
década?

N	Valid	44
	Missing	6
Mode		1

A análise da tabela anterior permite-nos reconhecer que a **Moda é 1**, ou seja, no caso em análise determinamos que a nossa amostra é constituída **maioritariamente** por indivíduos que referem que o grau de participação em atividades culturais, na cidade de Coimbra **aumentou** na última década.

## 2. Estatística Descritiva Bivariada

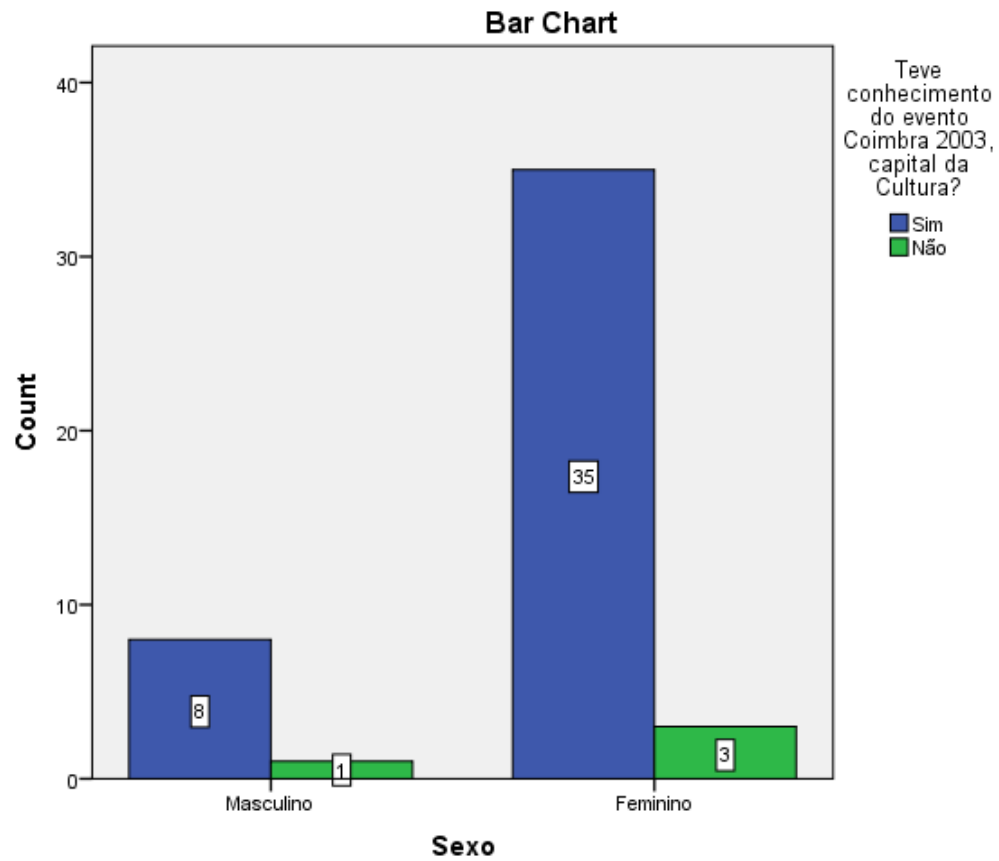
### 2.1.1.Sexo Vs Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da cultura.

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?	47	94,0%	3	6,0%	50	100,0%
Sexo * Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?	47	94,0%	3	6,0%	50	100,0%

**Sexo \* Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura? Crosstabulation**

			Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?		Total
			Sim	Não	
Sexo	Masculino	Count	8	1	9
		Expected Count	8,2	,8	9,0
		% within Sexo	88,9%	11,1%	100,0%
		% within Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?	18,6%	25,0%	19,1%
		% of Total	17,0%	2,1%	19,1%
	Feminino	Count	35	3	38
		Expected Count	34,8	3,2	38,0
		% within Sexo	92,1%	7,9%	100,0%
		% within Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?	81,4%	75,0%	80,9%
		% of Total	74,5%	6,4%	80,9%
Total		Count	43	4	47
		Expected Count	43,0	4,0	47,0
		% within Sexo	91,5%	8,5%	100,0%
		% within Teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da Cultura?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	91,5%	8,5%	100,0%

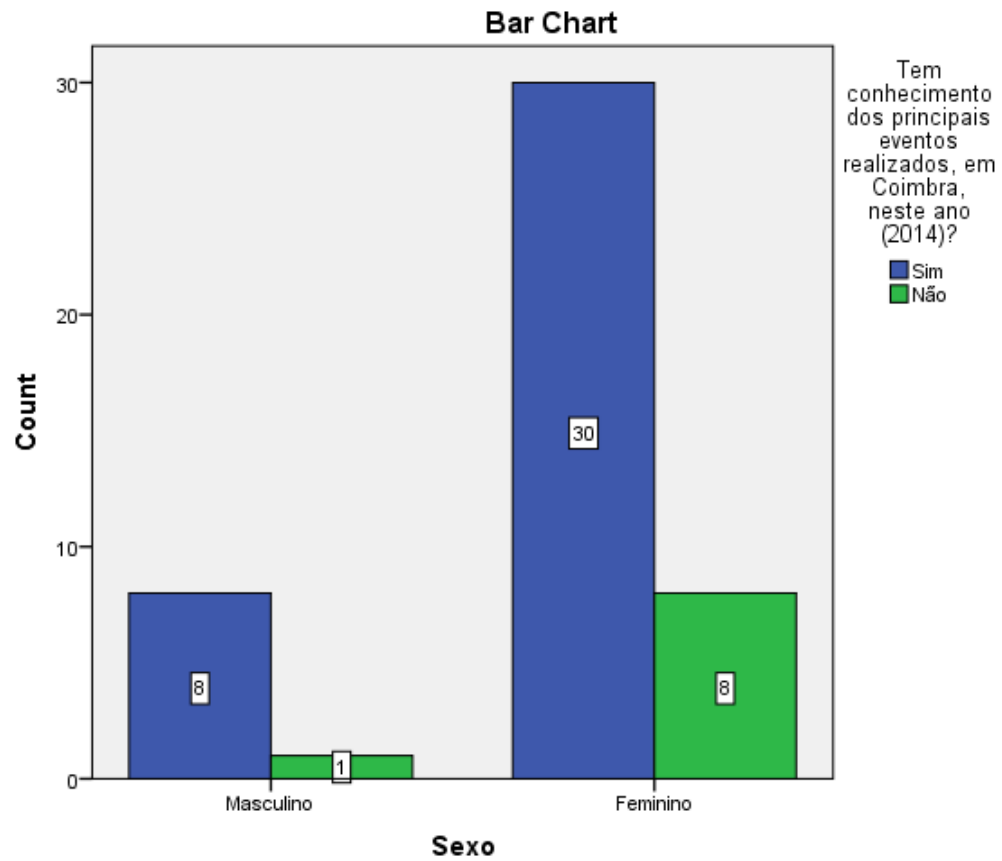


A análise da tabela e do gráfico anterior permite-nos determinar que a maioria das pessoas inquiridas (quer do sexo feminino quer do sexo masculino) teve conhecimento do evento Coimbra 2003, capital da cultura.

### 2.1.2.Sexo Vs Tem conhecimento dos principais eventos realizados em Coimbra neste ano (2014)?

**Sexo \* Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)? Crosstabulation**

			Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?		Total
			Sim	Não	
Sexo	Masculino	Count	8	1	9
		Expected Count	7,3	1,7	9,0
		% within Sexo	88,9%	11,1%	100,0%
		% within Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?	21,1%	11,1%	19,1%
		% of Total	17,0%	2,1%	19,1%
	Feminino	Count	30	8	38
		Expected Count	30,7	7,3	38,0
		% within Sexo	78,9%	21,1%	100,0%
		% within Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?	78,9%	88,9%	80,9%
		% of Total	63,8%	17,0%	80,9%
Total		Count	38	9	47
		Expected Count	38,0	9,0	47,0
		% within Sexo	80,9%	19,1%	100,0%
		% within Tem conhecimento dos principais eventos realizados, em Coimbra, neste ano (2014)?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	80,9%	19,1%	100,0%

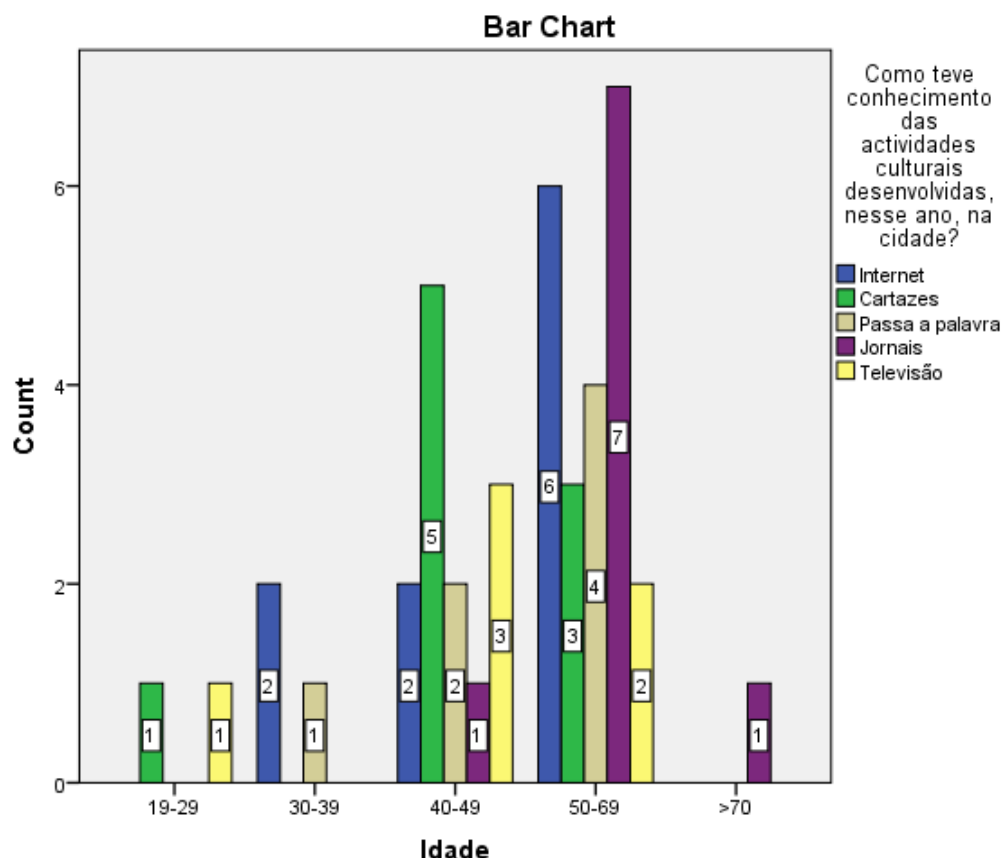


A análise da tabela e do gráfico anterior permite-nos determinar que a maioria das pessoas inquiridas (quer do sexo feminino quer do sexo masculino) teve conhecimento dos principais eventos realizados em Coimbra em 2014.

### 2.1.4. Idade Vs Como teve conhecimento do evento das atividades culturais desenvolvidas em 2003 e 2014?

Idade \* Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade? Crosstabulation

			Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?					Total
			Internet	Cartazes	Passa a palavra	Jornais	Televisão	
Idade	19-29	Count	0	1	0	0	1	2
		Expected Count	,5	,4	,3	,4	,3	2,0
		% within Idade	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	16,7%	4,9%
		% of Total	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	2,4%	4,9%
	30-39	Count	2	0	1	0	0	3
		Expected Count	,7	,7	,5	,7	,4	3,0
		% within Idade	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	20,0%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	7,3%
		% of Total	4,9%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	7,3%
	40-49	Count	2	5	2	1	3	13
		Expected Count	3,2	2,9	2,2	2,9	1,9	13,0
		% within Idade	15,4%	38,5%	15,4%	7,7%	23,1%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	20,0%	55,6%	28,6%	11,1%	50,0%	31,7%
		% of Total	4,9%	12,2%	4,9%	2,4%	7,3%	31,7%
	50-69	Count	6	3	4	7	2	22
		Expected Count	5,4	4,8	3,8	4,8	3,2	22,0
		% within Idade	27,3%	13,6%	18,2%	31,8%	9,1%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	60,0%	33,3%	57,1%	77,8%	33,3%	53,7%
		% of Total	14,6%	7,3%	9,8%	17,1%	4,9%	53,7%
	>70	Count	0	0	0	1	0	1
		Expected Count	,2	,2	,2	,2	,1	1,0
		% within Idade	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	2,4%
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	2,4%
Total	Count	Count	10	9	7	9	6	41
		Expected Count	10,0	9,0	7,0	9,0	6,0	41,0
		% within Idade	24,4%	22,0%	17,1%	22,0%	14,6%	100,0%
		% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	24,4%	22,0%	17,1%	22,0%	14,6%	100,0%



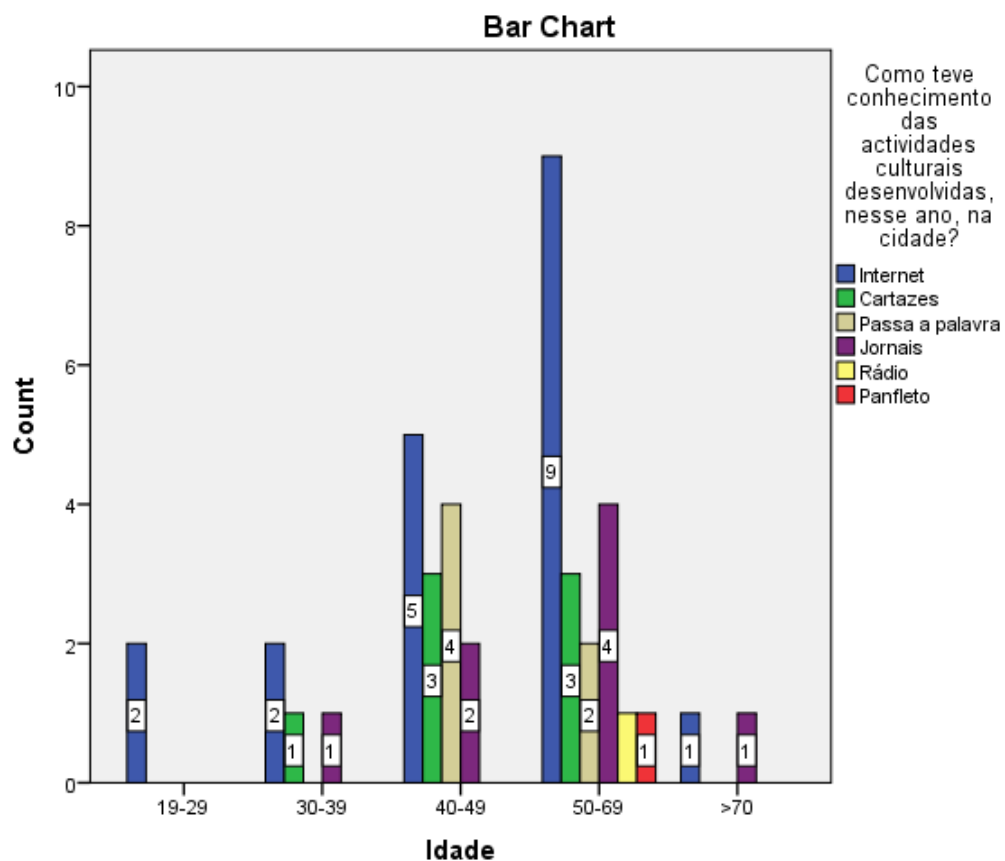
A análise do gráfico anterior mostra-nos que relativamente ao evento de 2003, a forma como as pessoas inquiridas tiveram conhecimento das diversas atividades não é homogénea ao longo das diversas faixas etárias. Entre os 19 e os 29 anos, uma das pessoas respondeu que teve conhecimento através dos **cartazes** (2,4%) e a outra que teve conhecimento das atividades através da **televisão** (2,4%). Relativamente à faixa etária dos 30 aos 39 anos, a resposta mais dada foi a **internet** (4,9%). Entre os 40 e os 49 anos de idades, a maioria das pessoas elegeu os **cartazes** (12,2%) como o meio através do qual tiveram conhecimento das atividades culturais. Na faixa etária dos 50 aos 69, a maioria das pessoas inquiridas, admitiu ter tido conhecimento das atividades desenvolvidas através dos **jornais** (17,1%), a **internet** surgiu neste grupo como a segunda resposta mais dada (14,6%). O último grupo (mais de 70 anos), do qual fazia apenas um elemento respondeu ter sido através dos **jornais** (2,4%) que teve conhecimento das atividades culturais.



# Anexos

**Idade \* Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade? Crosstabulation**

			Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?						Total
			Internet	Cartazes	Passa a palavra	Jornais	Rádio	Panfleto	
Idade 19-29	Count		2	0	0	0	0	0	2
	Expected Count		,9	,3	,3	,4	,0	,0	2,0
	% within Idade		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		10,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
	% of Total		4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
30-39	Count		2	1	0	1	0	0	4
	Expected Count		1,8	,7	,6	,8	,1	,1	4,0
	% within Idade		50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		10,5%	14,3%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	9,5%
	% of Total		4,8%	2,4%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	9,5%
40-49	Count		5	3	4	2	0	0	14
	Expected Count		6,3	2,3	2,0	2,7	,3	,3	14,0
	% within Idade		35,7%	21,4%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		26,3%	42,9%	66,7%	25,0%	0,0%	0,0%	33,3%
	% of Total		11,9%	7,1%	9,5%	4,8%	0,0%	0,0%	33,3%
50-69	Count		9	3	2	4	1	1	20
	Expected Count		9,0	3,3	2,9	3,8	,5	,5	20,0
	% within Idade		45,0%	15,0%	10,0%	20,0%	5,0%	5,0%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		47,4%	42,9%	33,3%	50,0%	100,0%	100,0%	47,6%
	% of Total		21,4%	7,1%	4,8%	9,5%	2,4%	2,4%	47,6%
>70	Count		1	0	0	1	0	0	2
	Expected Count		,9	,3	,3	,4	,0	,0	2,0
	% within Idade		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		5,3%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	4,8%
	% of Total		2,4%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	4,8%
Total	Count		19	7	6	8	1	1	42
	Expected Count		19,0	7,0	6,0	8,0	1,0	1,0	42,0
	% within Idade		45,2%	16,7%	14,3%	19,0%	2,4%	2,4%	100,0%
	% within Como teve conhecimento das actividades culturais desenvolvidas, nesse ano, na cidade?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		45,2%	16,7%	14,3%	19,0%	2,4%	2,4%	100,0%

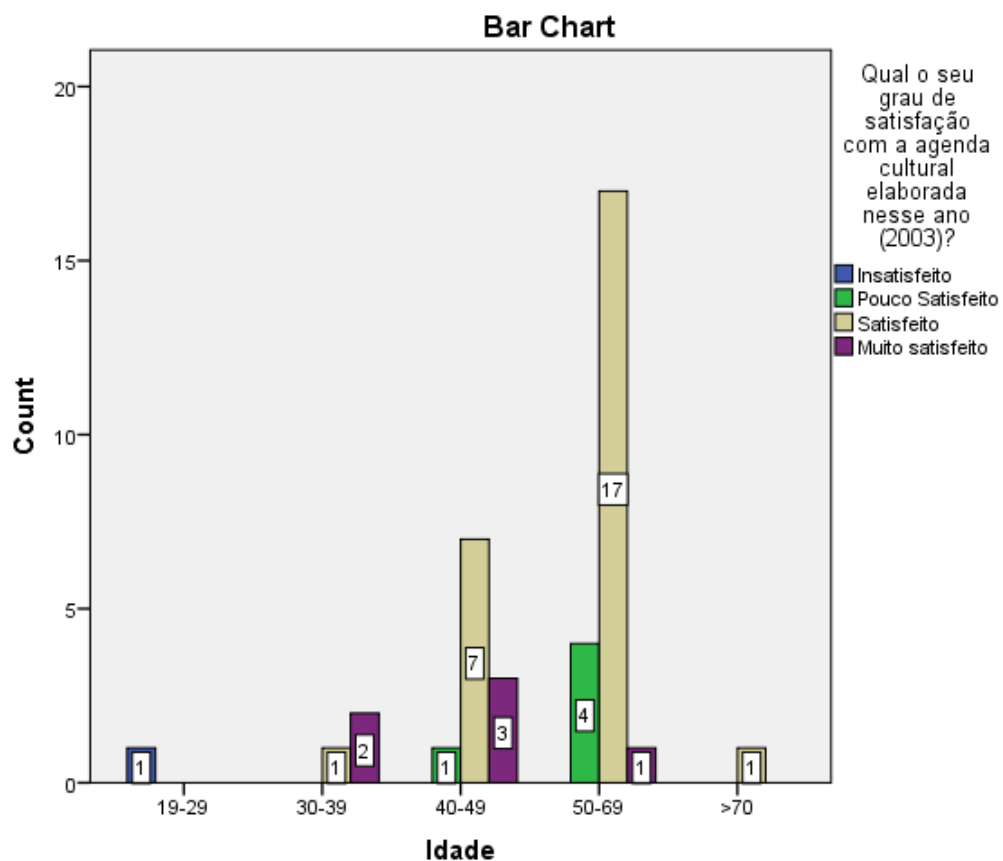


Relativamente às atividades culturais desenvolvidas em 2014, a internet assume-se como o principal meio de divulgação das atividades desenvolvidas, facto transversal às diferentes faixas etárias que compõe a nossa amostra.

### 2.1.5. Idade Vs Qual o grau de satisfação com a agenda cultural elaborada em 2003 e 2014?

Idade \* Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)? Crosstabulation

			Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?				Total
			Insatisfeito	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	
Idade 19-29	Count		1	0	0	0	1
	Expected Count		,0	,1	,7	,2	1,0
	% within Idade		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
	% of Total		2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
30-39	Count		0	0	1	2	3
	Expected Count		,1	,4	2,1	,5	3,0
	% within Idade		0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		0,0%	0,0%	3,8%	33,3%	7,9%
	% of Total		0,0%	0,0%	2,6%	5,3%	7,9%
40-49	Count		0	1	7	3	11
	Expected Count		,3	1,4	7,5	1,7	11,0
	% within Idade		0,0%	9,1%	63,6%	27,3%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		0,0%	20,0%	26,9%	50,0%	28,9%
	% of Total		0,0%	2,6%	18,4%	7,9%	28,9%
50-69	Count		0	4	17	1	22
	Expected Count		,6	2,9	15,1	3,5	22,0
	% within Idade		0,0%	18,2%	77,3%	4,5%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		0,0%	80,0%	65,4%	16,7%	57,9%
	% of Total		0,0%	10,5%	44,7%	2,6%	57,9%
>70	Count		0	0	1	0	1
	Expected Count		,0	,1	,7	,2	1,0
	% within Idade		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	2,6%
	% of Total		0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	2,6%
Total	Count		1	5	26	6	38
	Expected Count		1,0	5,0	26,0	6,0	38,0
	% within Idade		2,6%	13,2%	68,4%	15,8%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		2,6%	13,2%	68,4%	15,8%	100,0%

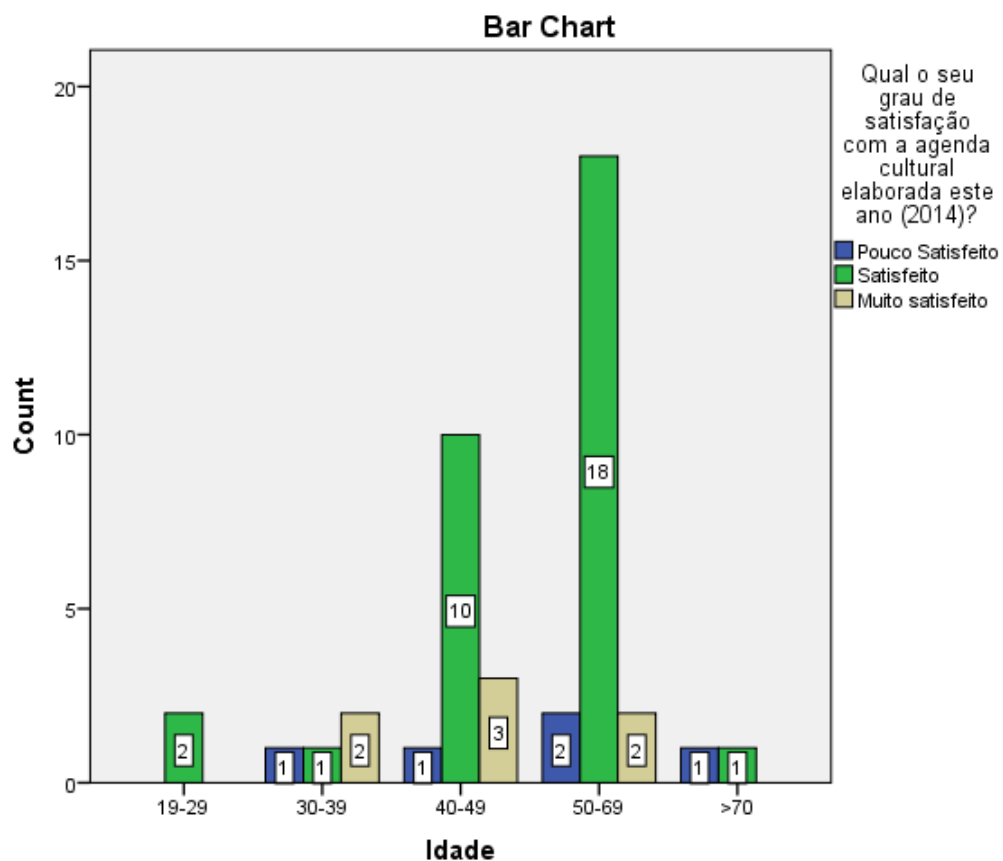


Relativamente ao grau de satisfação da agenda cultural elaborada em 2003, ressaltamos o facto do maior número de respostas ter sido dada por pessoas que se encontram entre os 50 e os 69 anos e que consideraram **satisfatória** (44,7%) a agenda cultural de 2003.

Anexos

**Idade \* Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)? Crosstabulation**

			Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?			Total
			Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	
Idade	19-29	Count	0	2	0	2
		Expected Count	,2	1,5	,3	2,0
		% within Idade	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	0,0%	6,2%	0,0%	4,5%
		% of Total	0,0%	4,5%	0,0%	4,5%
	30-39	Count	1	1	2	4
		Expected Count	,5	2,9	,6	4,0
		% within Idade	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	20,0%	3,1%	28,6%	9,1%
		% of Total	2,3%	2,3%	4,5%	9,1%
	40-49	Count	1	10	3	14
		Expected Count	1,6	10,2	2,2	14,0
		% within Idade	7,1%	71,4%	21,4%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	20,0%	31,2%	42,9%	31,8%
		% of Total	2,3%	22,7%	6,8%	31,8%
	50-69	Count	2	18	2	22
		Expected Count	2,5	16,0	3,5	22,0
		% within Idade	9,1%	81,8%	9,1%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	40,0%	56,2%	28,6%	50,0%
		% of Total	4,5%	40,9%	4,5%	50,0%
	>70	Count	1	1	0	2
		Expected Count	,2	1,5	,3	2,0
		% within Idade	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	20,0%	3,1%	0,0%	4,5%
		% of Total	2,3%	2,3%	0,0%	4,5%
Total		Count	5	32	7	44
		Expected Count	5,0	32,0	7,0	44,0
		% within Idade	11,4%	72,7%	15,9%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	11,4%	72,7%	15,9%	100,0%

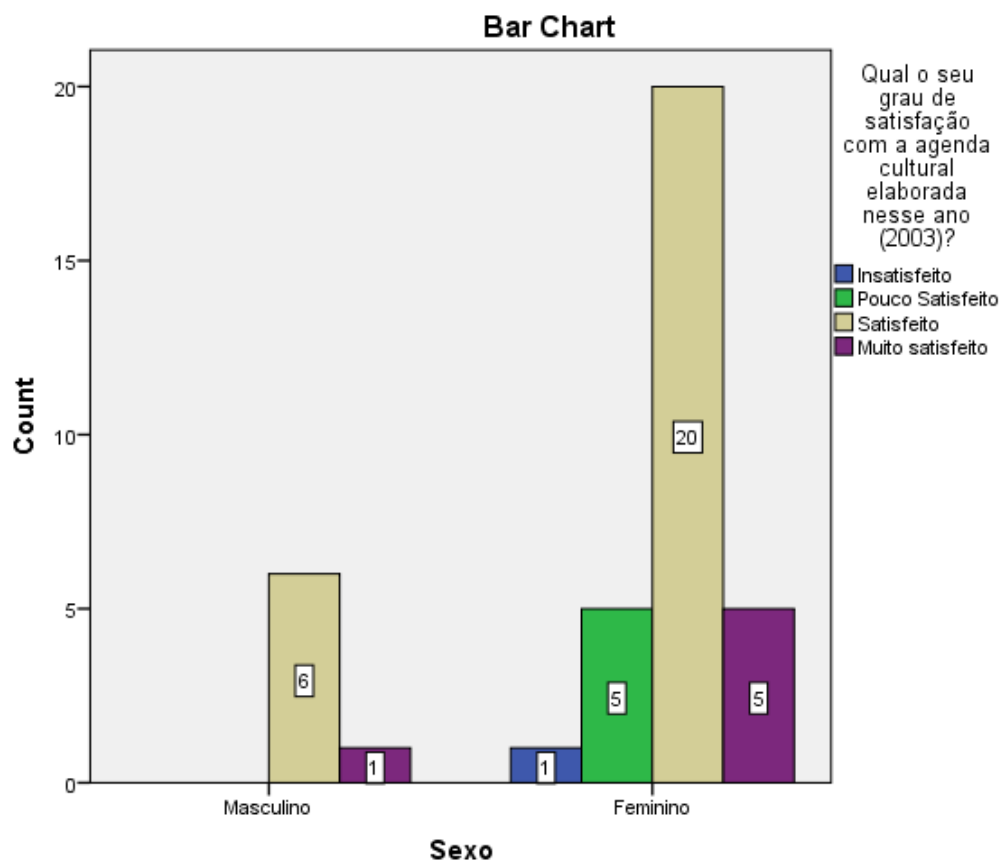


Já no concerne ao grau de satisfação da agenda cultural elaborada em 2014, é de referir o facto do maior número de respostas ter sido dada por pessoas que se encontram entre os 50 e os 69 anos de idade, considerando **satisfatória** (40,9%) a agenda cultural de 2014, também na faixa anterior, 40 aos 49 anos, obtemos uma clara vantagem (22,7%) dos que consideram **satisfatória** a agenda cultural elaborada para 2014.

### 2.1.7.Sexo Vs Qual o grau de satisfação com a agenda cultural elaborada em 2003 e 2014?

**Sexo \* Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)? Crosstabulation**

			Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?				Total
			Insatisfeito	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	
Sexo	Masculino	Count	0	0	6	1	7
		Expected Count	,2	,9	4,8	1,1	7,0
		% within Sexo	0,0%	0,0%	85,7%	14,3%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?	0,0%	0,0%	23,1%	16,7%	18,4%
		% of Total	0,0%	0,0%	15,8%	2,6%	18,4%
	Feminino	Count	1	5	20	5	31
		Expected Count	,8	4,1	21,2	4,9	31,0
		% within Sexo	3,2%	16,1%	64,5%	16,1%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?	100,0%	100,0%	76,9%	83,3%	81,6%
		% of Total	2,6%	13,2%	52,6%	13,2%	81,6%
Total	Count		1	5	26	6	38
	Expected Count		1,0	5,0	26,0	6,0	38,0
	% within Sexo		2,6%	13,2%	68,4%	15,8%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada nesse ano (2003)?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		2,6%	13,2%	68,4%	15,8%	100,0%

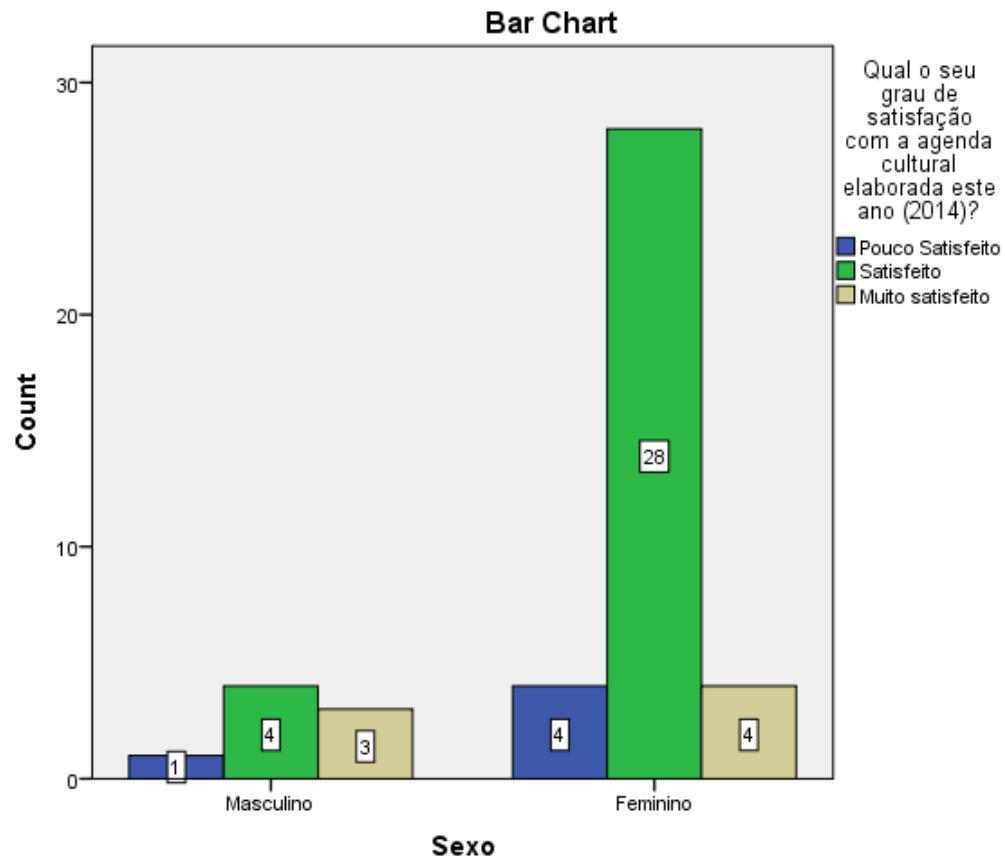


Relativamente ao grau de satisfação da agenda cultural elaborada em 2003 e tendo em atenção a variável sexo, é possível determinar que em ambos os casos (feminino e masculino) o grau de satisfação com a agenda cultural de 2003 é **satisfatório** (52,6% no caso feminino e 15,8% no caso masculino).



Sexo \* Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)? Crosstabulation

			Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?			Total
			Pouco Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	
Sexo	Masculino	Count	1	4	3	8
		Expected Count	,9	5,8	1,3	8,0
		% within Sexo	12,5%	50,0%	37,5%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	20,0%	12,5%	42,9%	18,2%
		% of Total	2,3%	9,1%	6,8%	18,2%
	Feminino	Count	4	28	4	36
		Expected Count	4,1	26,2	5,7	36,0
		% within Sexo	11,1%	77,8%	11,1%	100,0%
		% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?	80,0%	87,5%	57,1%	81,8%
		% of Total	9,1%	63,6%	9,1%	81,8%
Total	Count		5	32	7	44
	Expected Count		5,0	32,0	7,0	44,0
	% within Sexo		11,4%	72,7%	15,9%	100,0%
	% within Qual o seu grau de satisfação com a agenda cultural elaborada este ano (2014)?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		11,4%	72,7%	15,9%	100,0%



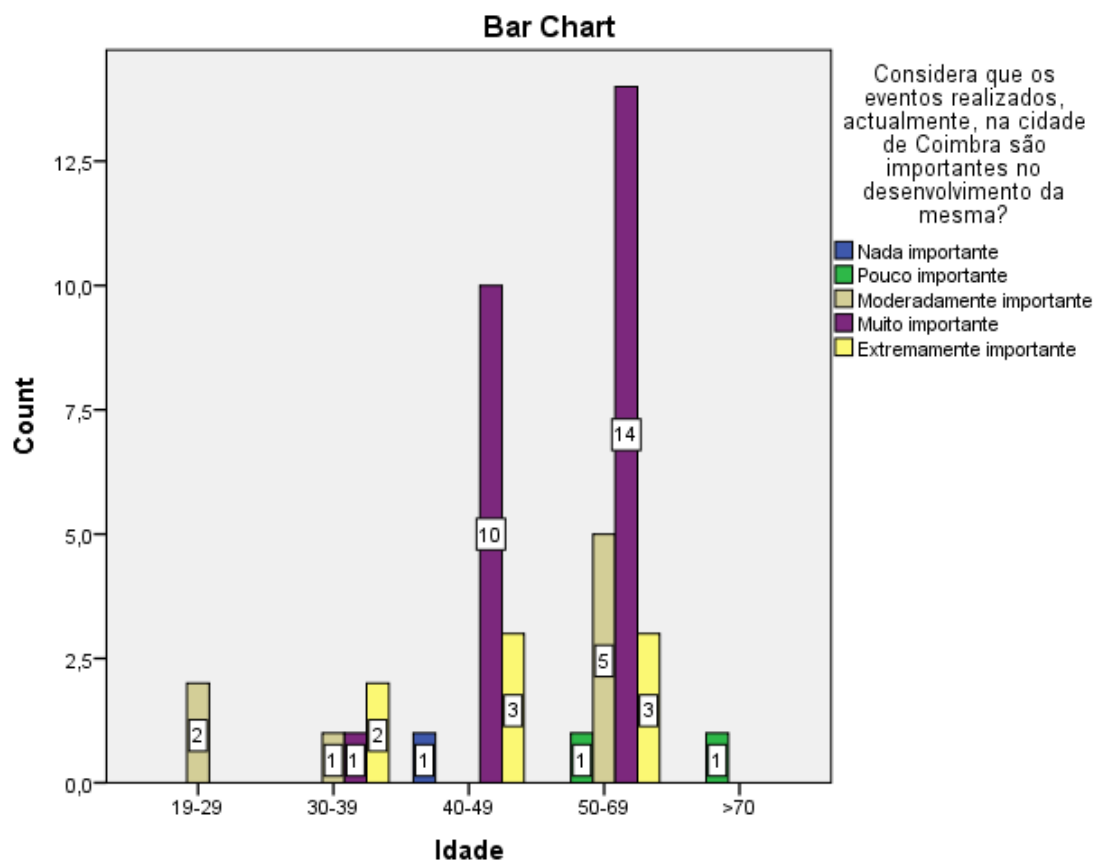
Os resultados do gráfico anterior também revelam que o grau de satisfação com a agenda cultural de 2014 é **satisfatório** (63,6% no caso feminino e 9,1% no caso masculino).

## 2.1.8. Idade Vs Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

Idade \* Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

Crosstabulation

			Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?					Total
			Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante	Extremamente importante	
Idade	19-29	Count	0	0	2	0	0	2
		Expected Count	,0	,1	,4	1,1	,4	2,0
		% within Idade	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	4,5%
		% of Total	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
		% of Total	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%
	30-39	Count	0	0	1	1	2	4
		Expected Count	,1	,2	,7	2,3	,7	4,0
		% within Idade	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	0,0%	0,0%	12,5%	4,0%	25,0%	9,1%
		% of Total	0,0%	0,0%	2,3%	2,3%	4,5%	9,1%
		% of Total	0,0%	0,0%	2,3%	2,3%	4,5%	9,1%
	40-49	Count	1	0	0	10	3	14
		Expected Count	,3	,6	2,5	8,0	2,5	14,0
		% within Idade	7,1%	0,0%	0,0%	71,4%	21,4%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	100,0%	0,0%	0,0%	40,0%	37,5%	31,8%
		% of Total	2,3%	0,0%	0,0%	22,7%	6,8%	31,8%
		% of Total	2,3%	0,0%	0,0%	22,7%	6,8%	31,8%
	50-69	Count	0	1	5	14	3	23
		Expected Count	,5	1,0	4,2	13,1	4,2	23,0
		% within Idade	0,0%	4,3%	21,7%	60,9%	13,0%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	0,0%	50,0%	62,5%	56,0%	37,5%	52,3%
		% of Total	0,0%	2,3%	11,4%	31,8%	6,8%	52,3%
		% of Total	0,0%	2,3%	11,4%	31,8%	6,8%	52,3%
	>70	Count	0	1	0	0	0	1
		Expected Count	,0	,0	,2	,6	,2	1,0
		% within Idade	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%
		% of Total	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%
		% of Total	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%
Total		Count	1	2	8	25	8	44
		Expected Count	1,0	2,0	8,0	25,0	8,0	44,0
		% within Idade	2,3%	4,5%	18,2%	56,8%	18,2%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	2,3%	4,5%	18,2%	56,8%	18,2%	100,0%
		% of Total	2,3%	4,5%	18,2%	56,8%	18,2%	100,0%



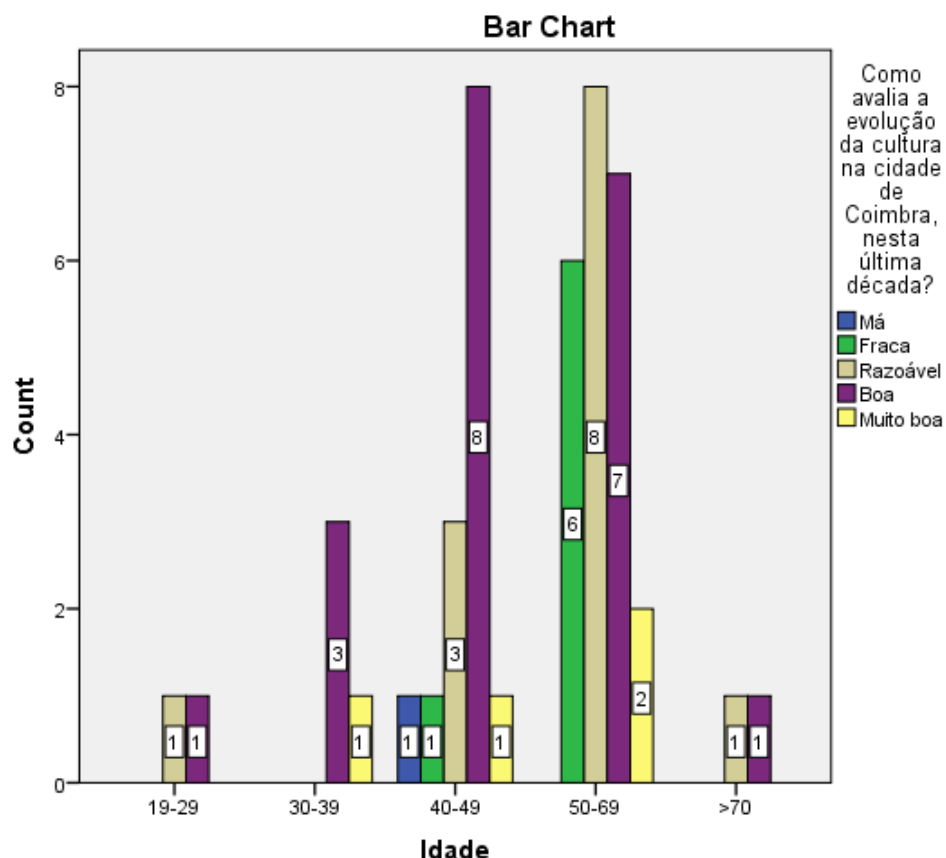
Tivemos a oportunidade de estudar a relação entre as diferentes faixas de Idade das pessoas inquiridas e de que forma consideram que os eventos realizados são ou não importantes no desenvolvimento de Coimbra.

Os resultados do gráfico e da tabela anterior revelam dois picos importantes, nos dois grupos onde mais pessoas foram inquiridas (40-49 e 50-69) a maioria (22,7% e 31,8% respetivamente) considera que os eventos são **muito importantes** no desenvolvimento da cidade.

### 2.1.9. Idade \* Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?

Idade \* Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década? Crosstabulation

			Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?					Total
			Má	Fraca	Razoável	Boa	Muito boa	
Idade 19-29	Count		0	0	1	1	0	2
	Expected Count		,0	,3	,6	,9	,2	2,0
	% within Idade		0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		0,0%	0,0%	7,7%	5,0%	0,0%	4,4%
	% of Total		0,0%	0,0%	2,2%	2,2%	0,0%	4,4%
30-39	Count		0	0	0	3	1	4
	Expected Count		,1	,6	1,2	1,8	,4	4,0
	% within Idade		0,0%	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		0,0%	0,0%	0,0%	15,0%	25,0%	8,9%
	% of Total		0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	2,2%	8,9%
40-49	Count		1	1	3	8	1	14
	Expected Count		,3	2,2	4,0	6,2	1,2	14,0
	% within Idade		7,1%	7,1%	21,4%	57,1%	7,1%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		100,0%	14,3%	23,1%	40,0%	25,0%	31,1%
	% of Total		2,2%	2,2%	6,7%	17,8%	2,2%	31,1%
50-69	Count		0	6	8	7	2	23
	Expected Count		,5	3,6	6,6	10,2	2,0	23,0
	% within Idade		0,0%	26,1%	34,8%	30,4%	8,7%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		0,0%	85,7%	61,5%	35,0%	50,0%	51,1%
	% of Total		0,0%	13,3%	17,8%	15,6%	4,4%	51,1%
>70	Count		0	0	1	1	0	2
	Expected Count		,0	,3	,6	,9	,2	2,0
	% within Idade		0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		0,0%	0,0%	7,7%	5,0%	0,0%	4,4%
	% of Total		0,0%	0,0%	2,2%	2,2%	0,0%	4,4%
Total	Count		1	7	13	20	4	45
	Expected Count		1,0	7,0	13,0	20,0	4,0	45,0
	% within Idade		2,2%	15,6%	28,9%	44,4%	8,9%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		2,2%	15,6%	28,9%	44,4%	8,9%	100,0%



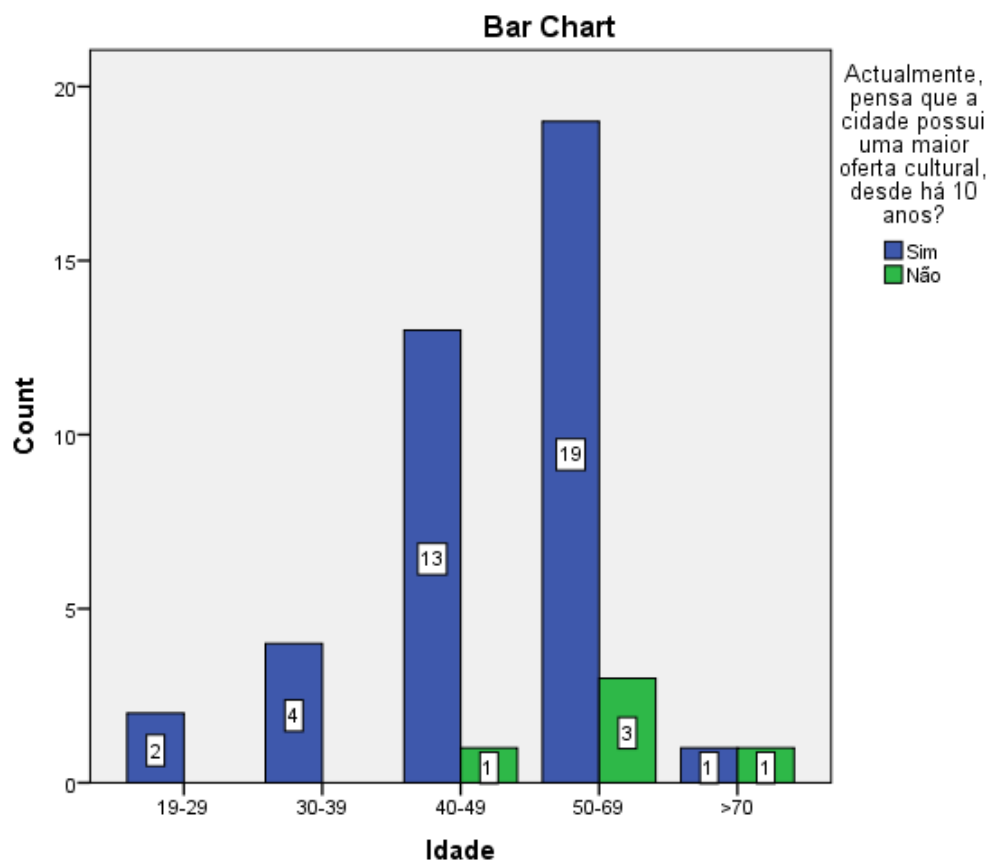
Tivemos a oportunidade de estudar a relação entre as diferentes faixas de Idade das pessoas inquiridas e a forma como avaliam a evolução da cultura na cidade de Coimbra, na última década.

Considerando a totalidade dos dados, os resultados do gráfico e da tabela anterior revelam que relativamente à faixa dos 19 aos 29, 2,2% considera que a evolução **razoável**, 2,2% que a evolução é **boa**. Na faixa etária seguinte, (30-39) 6,7% consideraram que a evolução é **boa** e 2,2% que a evolução era **muito boa**. Entre os 40 e os 49 registamos o segundo maior número de respostas, considerando 2,2% dos inquiridos que a evolução foi **má**, com a mesma percentagem (2,2%) consideraram ainda que a evolução da cultura em Coimbra foi **fraca**. Por outro lado, 6,7% dos indivíduos inquiridos considerou que a evolução foi **razoável**, 17,8% considerou que a evolução foi **boa** (a maioria deste grupo), tendo ainda 2,2% considerado que a evolução foi **muito boa**. Foi na faixa etária dos 50 aos 69 onde obtivemos um maior número de respostas (23), sendo que do total de pessoas inquiridas sobre a evolução da cultura em Coimbra, obtemos para este grupo 13,3% que a considera **fraca**, 17,8% que a considera **razoável**, 15,6% que a considera **boa** e 4,4% que a considerou **muito boa**. A totalidade de respostas dadas por este grupo totalizou 51,1% de todas as respostas apuradas. Já no último espectro de idades (>70) obtivemos 2,2% de respostas que indicam uma evolução **razoável** da cultura em Coimbra e 2,2% que se referem a uma evolução **boa**.

### 2.1.10 Idade \* Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?

**Idade \* Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos? Crosstabulation**

			Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?		Total
			Sim	Não	
Idade	19-29	Count	2	0	2
		Expected Count	1,8	,2	2,0
		% within Idade	100,0%	0,0%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	5,1%	0,0%	4,5%
		% of Total	4,5%	0,0%	4,5%
	30-39	Count	4	0	4
		Expected Count	3,5	,5	4,0
		% within Idade	100,0%	0,0%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	10,3%	0,0%	9,1%
		% of Total	9,1%	0,0%	9,1%
	40-49	Count	13	1	14
		Expected Count	12,4	1,6	14,0
		% within Idade	92,9%	7,1%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	33,3%	20,0%	31,8%
		% of Total	29,5%	2,3%	31,8%
	50-69	Count	19	3	22
		Expected Count	19,5	2,5	22,0
		% within Idade	86,4%	13,6%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	48,7%	60,0%	50,0%
		% of Total	43,2%	6,8%	50,0%
	>70	Count	1	1	2
		Expected Count	1,8	,2	2,0
		% within Idade	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	2,6%	20,0%	4,5%
		% of Total	2,3%	2,3%	4,5%
Total	Count	39	5	44	
	Expected Count	39,0	5,0	44,0	
	% within Idade	88,6%	11,4%	100,0%	
	% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	88,6%	11,4%	100,0%	



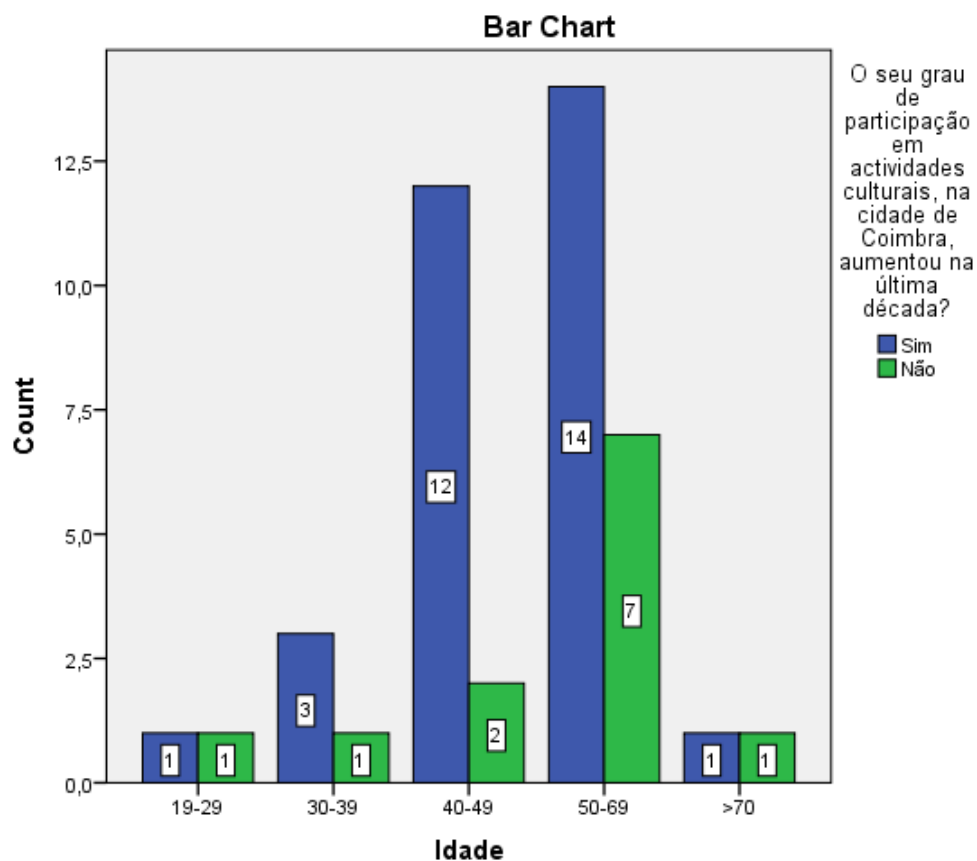
Ainda no âmbito da idade, no entanto agora associado ao facto de se pretender saber se as pessoas inquiridas consideravam se atualmente a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos, foi possível determinar que à exceção da faixa etária das pessoas com mais de 70 anos, onde se verificou um empate entre os que consideram que Coimbra tem uma maior oferta cultural desde há 10 anos e os que consideram que Coimbra não tem uma maior oferta cultural, em todos os restantes grupos verificamos que a grande maioria das pessoas inquiridas considera que atualmente a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos.



### 1.1.11 Idade \* O seu grau de participação em atividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?

Idade \* O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década? Crosstabulation

			O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?		Total
			Sim	Não	
Idade	19-29	Count	1	1	2
		Expected Count	1,4	,6	2,0
		% within Idade	50,0%	50,0%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	3,2%	8,3%	4,7%
		% of Total	2,3%	2,3%	4,7%
	30-39	Count	3	1	4
		Expected Count	2,9	1,1	4,0
		% within Idade	75,0%	25,0%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	9,7%	8,3%	9,3%
		% of Total	7,0%	2,3%	9,3%
	40-49	Count	12	2	14
		Expected Count	10,1	3,9	14,0
		% within Idade	85,7%	14,3%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	38,7%	16,7%	32,6%
		% of Total	27,9%	4,7%	32,6%
	50-69	Count	14	7	21
		Expected Count	15,1	5,9	21,0
		% within Idade	66,7%	33,3%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	45,2%	58,3%	48,8%
		% of Total	32,6%	16,3%	48,8%
	>70	Count	1	1	2
		Expected Count	1,4	,6	2,0
		% within Idade	50,0%	50,0%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	3,2%	8,3%	4,7%
		% of Total	2,3%	2,3%	4,7%
Total		Count	31	12	43
		Expected Count	31,0	12,0	43,0
		% within Idade	72,1%	27,9%	100,0%
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	72,1%	27,9%	100,0%

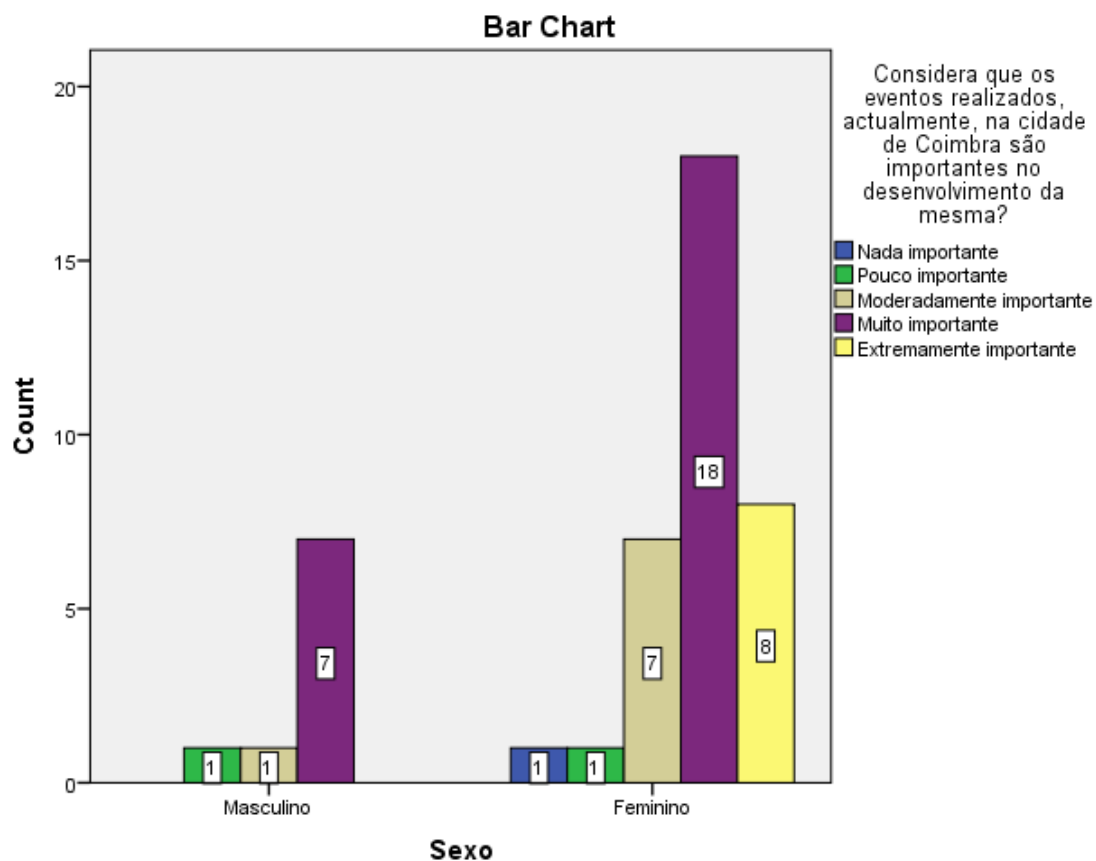


Interessou-nos ainda determinar se o seu grau de participação em atividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década em termos de faixas etárias. Determinamos um empate entre as respostas dos inquiridos mais novos (19-29) e dos mais velhos (>70) onde metade de cada grupo considera que na última década não aumentou a sua participação nas atividades culturais de Coimbra e a outra metade respondeu ter aumentado a sua participação nas atividades culturais. Nos restantes grupos (30-39, 40-49 e 50-69) a maioria das pessoas inquiridas respondeu que ter aumentado a sua participação em atividades culturais, em Coimbra, na última década.

### 1.1.12 Sexo \* Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?

Sexo \* Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?  
Crosstabulation

			Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?					Total
			Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante	Extremamente importante	
Sexo	Masculino	Count	0	1	1	7	0	9
		Expected Count	,2	,4	1,6	5,1	1,6	9,0
		% within Sexo	0,0%	11,1%	11,1%	77,8%	0,0%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	0,0%	50,0%	12,5%	28,0%	0,0%	20,5%
		% of Total	0,0%	2,3%	2,3%	15,9%	0,0%	20,5%
	Feminino	Count	1	1	7	18	8	35
		Expected Count	,8	1,6	6,4	19,9	6,4	35,0
		% within Sexo	2,9%	2,9%	20,0%	51,4%	22,9%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	100,0%	50,0%	87,5%	72,0%	100,0%	79,5%
		% of Total	2,3%	2,3%	15,9%	40,9%	18,2%	79,5%
Total		Count	1	2	8	25	8	44
		Expected Count	1,0	2,0	8,0	25,0	8,0	44,0
		% within Sexo	2,3%	4,5%	18,2%	56,8%	18,2%	100,0%
		% within Considera que os eventos realizados, atualmente, na cidade de Coimbra são importantes no desenvolvimento da mesma?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	2,3%	4,5%	18,2%	56,8%	18,2%	100,0%

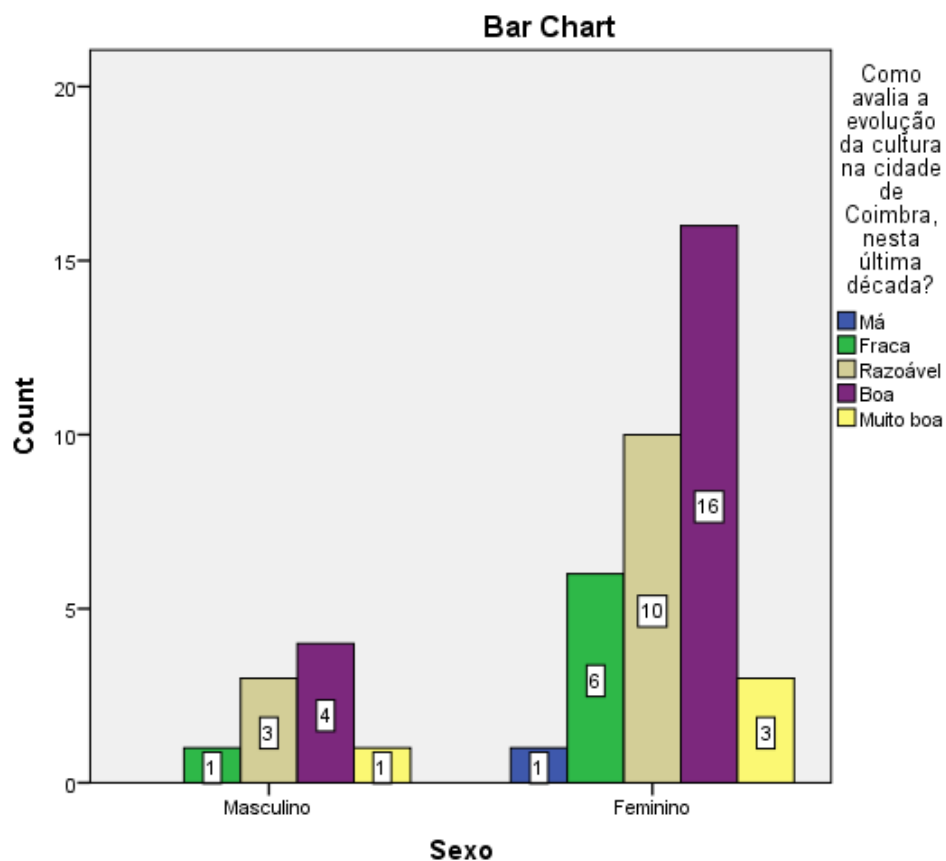


Estudámos de que forma o sexo dos inquiridos poderia ou não influenciar a forma como percecionam os eventos realizados em Coimbra, ou seja, se os consideram ou não importantes no desenvolvimento da cidade. Em ambos os grupos (feminino e masculino) a maioria considerou que os eventos realizados são **muito importantes**.

### 1.1.14 Sexo \* Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?

Sexo \* Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década? Crosstabulation

			Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?					Total
			Má	Fraca	Razoável	Boa	Muito boa	
Sexo	Masculino	Count	0	1	3	4	1	9
		Expected Count	,2	1,4	2,6	4,0	,8	9,0
		% within Sexo	0,0%	11,1%	33,3%	44,4%	11,1%	100,0%
		% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?	0,0%	14,3%	23,1%	20,0%	25,0%	20,0%
		% of Total	0,0%	2,2%	6,7%	8,9%	2,2%	20,0%
	Feminino	Count	1	6	10	16	3	36
		Expected Count	,8	5,6	10,4	16,0	3,2	36,0
		% within Sexo	2,8%	16,7%	27,8%	44,4%	8,3%	100,0%
		% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?	100,0%	85,7%	76,9%	80,0%	75,0%	80,0%
		% of Total	2,2%	13,3%	22,2%	35,6%	6,7%	80,0%
Total	Count		1	7	13	20	4	45
	Expected Count		1,0	7,0	13,0	20,0	4,0	45,0
	% within Sexo		2,2%	15,6%	28,9%	44,4%	8,9%	100,0%
	% within Como avalia a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		2,2%	15,6%	28,9%	44,4%	8,9%	100,0%

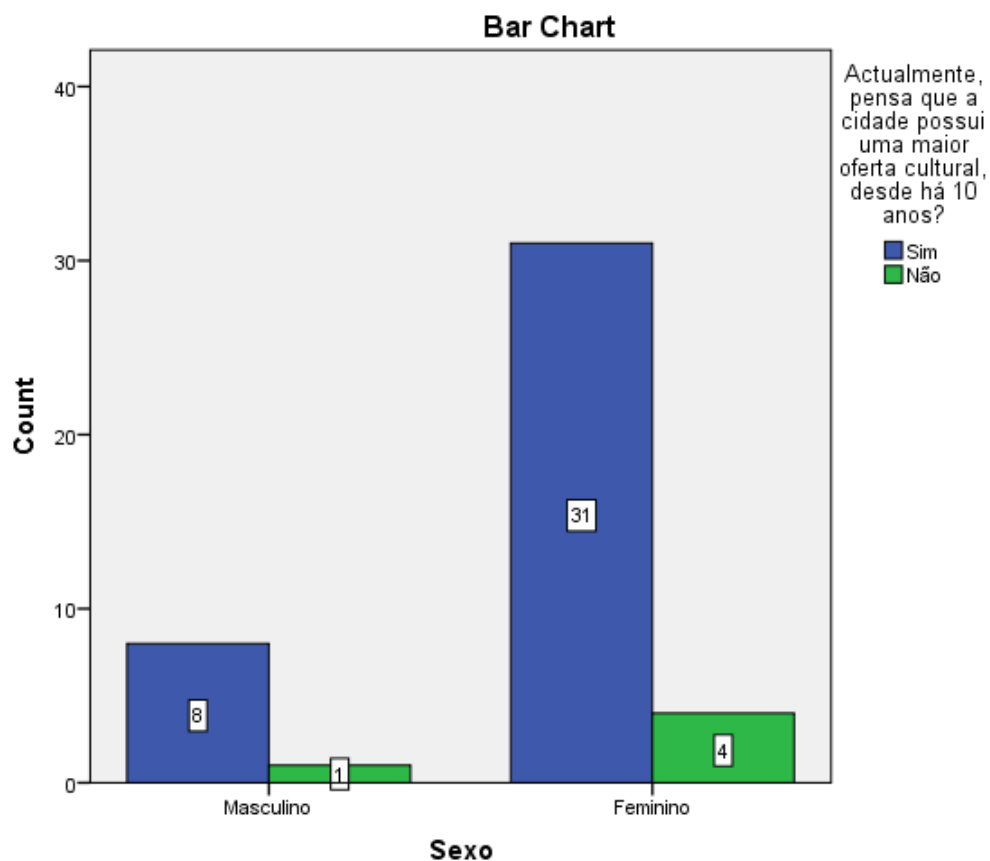


Estudámos de que forma o sexo dos inquiridos poderia ou não influenciar a forma como avaliam a evolução da cultura na cidade de Coimbra, nesta última década. Em ambos os grupos (feminino e masculino), determinámos que a maioria das pessoas (44,4% no grupo feminino e 44,4% no grupo masculino, considerando cada um destes grupos de forma independente) refere que a evolução foi **boa**.

### 1.1.16 Sexo \* Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?

**Sexo \* Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos? Crosstabulation**

			Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?		Total
			Sim	Não	
Sexo	Masculino	Count	8	1	9
		Expected Count	8,0	1,0	9,0
		% within Sexo	88,9%	11,1%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	20,5%	20,0%	20,5%
		% of Total	18,2%	2,3%	20,5%
	Feminino	Count	31	4	35
		Expected Count	31,0	4,0	35,0
		% within Sexo	88,6%	11,4%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	79,5%	80,0%	79,5%
		% of Total	70,5%	9,1%	79,5%
Total		Count	39	5	44
		Expected Count	39,0	5,0	44,0
		% within Sexo	88,6%	11,4%	100,0%
		% within Atualmente, pensa que a cidade possui uma maior oferta cultural, desde há 10 anos?	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	88,6%	11,4%	100,0%



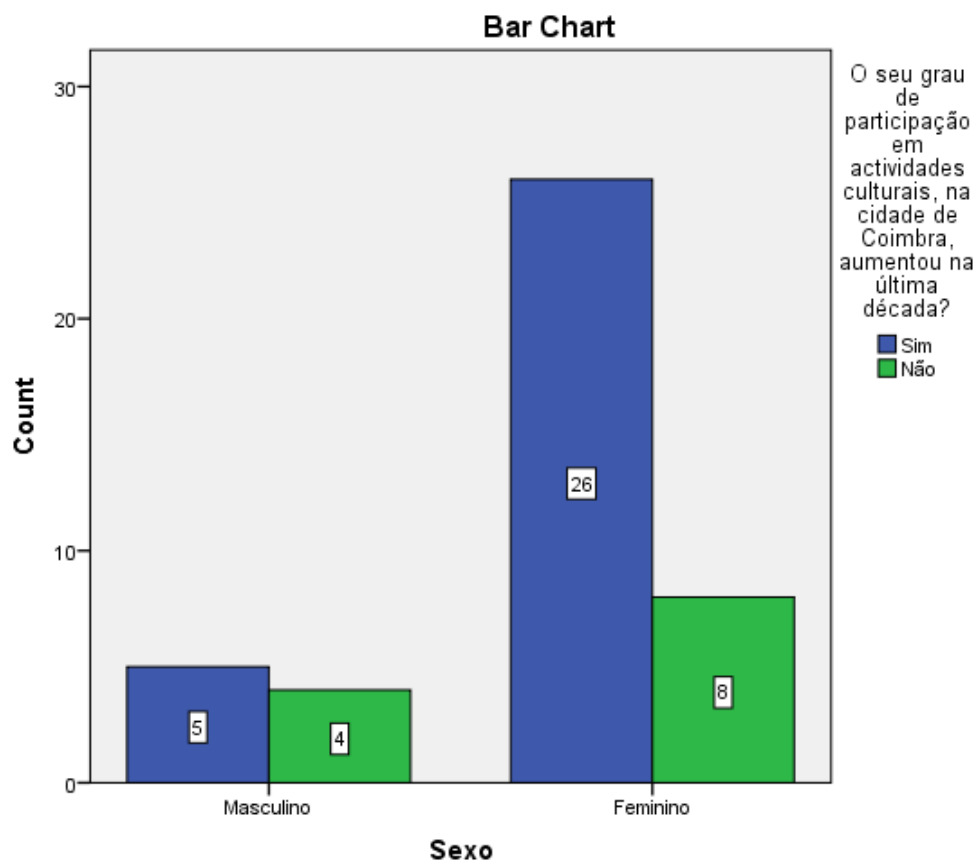
Estudámos de que forma o sexo dos inquiridos poderia ou não influenciar se consideram que a cidade possui uma maior oferta cultural desde há 10 anos. Em ambos os grupos obtivemos uma resposta clara, considerando em ambos os grupos (88,6% considerando apenas o grupo feminino e 88,9% considerando apenas o grupo masculino), que a cidade possui uma maior oferta cultural desde há 10 anos.



### 1.1.17 Sexo \* O seu grau de participação em atividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?

**Sexo \* O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década? Crosstabulation**

			O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?		Total	
			Sim	Não		
Sexo	Masculino	Count	5	4	9	
		Expected Count	6,5	2,5	9,0	
		% within Sexo	55,6%	44,4%	100,0%	
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	16,1%	33,3%	20,9%	
		% of Total	11,6%	9,3%	20,9%	
	Feminino	Count	26	8	34	
		Expected Count	24,5	9,5	34,0	
		% within Sexo	76,5%	23,5%	100,0%	
		% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	83,9%	66,7%	79,1%	
		% of Total	60,5%	18,6%	79,1%	
Total	Count	31	12	43		
	Expected Count	31,0	12,0	43,0		
	% within Sexo	72,1%	27,9%	100,0%		
	% within O seu grau de participação em actividades culturais, na cidade de Coimbra, aumentou na última década?	100,0%	100,0%	100,0%		
	% of Total	72,1%	27,9%	100,0%		



Estudámos se o sexo dos inquiridos influenciou ou não o grau de participação em atividades culturais, nomeadamente se aumentou ao longo da última década. Em ambos os casos a maioria das respostas indicaram ter havido um aumento da participação em atividades culturais (em Coimbra) na última década. Se no caso masculino a diferença de respostas foi bastante mais nivelada, 55,6% contra 44,4% considerando apenas o grupo masculino, no caso feminino a resposta foi bastante mais clara, com 76,5% contra 23,5%, também considerando apenas o grupo feminino.